

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«НИЖЕГОРОДСКИЙ ТЕХНИКУМ ГОРОДСКОГО ХОЗЯЙСТВА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)

Г. НИЖНИЙ НОВГОРОД

2019 Г

Программа профессионального модуля разработана на основе Федеральных государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) среднего профессионального образования (далее СПО) по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Организация – разработчик: ГБПОУ «Нижегородский техникум городского хозяйства и предпринимательства», Нижний Новгород.

Разработчики. Агальцова Т.А. преподаватель

Полякова Т.В. преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью рабочей основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена 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 (ПК):

- 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 2.1);
- оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем (ПК 2.2);
- применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов (ПК 2.3);
- определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату (ПК 2.4);
- выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров (ПК 2.5);
- обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации (ПК 2.6);
- участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений (ПК 2.7);
- реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации (ПК 2.8);
- применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты (ПК 2.9).

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

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

Задачи профессионального модуля:

- усвоение основных понятий в указанных областях знаний;
- на основе полученных знаний и профессиональной ответственности принимать обоснованные решения по вопросам финансов, налогов и налогообложения, финансово-хозяйственной деятельности и маркетинга.

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

1) 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;

- реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации;
- 2) уметь:
 - составлять финансовые документы и отчёты;
 - осуществлять денежные расчёты;
 - 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;
- 3) знать:
 - сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денежных средств, денежного обращения;
 - финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
 - основные положения налогового законодательства;
 - функции и классификацию налогов;
 - организацию налоговой службы;
 - методику расчета основных видов налогов;
 - методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
 - составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
 - средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
 - методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
 - конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат;
 - управление маркетингом.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 582 часов, включая:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 418 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 164 часа;
- учебная практика – 18 часов;
- производственной практики – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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, которые представлены в табл. 1.

Таблица 1

Перечень компетенций

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

3.1. Тематический план профессионального модуля

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики) | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | Практика | |
|-----------------------------------|--|--|---|---|--|----------------|-------------------------|
| | | | обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | самостоятельная работа обучающегося, часов | учебная, часов | производственная, часов |
| | | | всего, часов | в том числе лабораторные работы и практические занятия, часов | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| ПК 2.1, ПК 2.2 | МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение | 222 | 170 | 100 | 74 | — | — |
| ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.9 | МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | 120 | 84 | 50 | 40 | — | — |
| ПК 2.5 – ПК 2.8 | МДК.02.03. Маркетинг | 150 | 122 | 80 | 50 | — | — |
| Итого | | 564 | 376 | 230 | 164 | — | — |
| ПК 2.1 – 2.9 | Учебная практика | 36 | — | — | — | 36 | — |
| ПК 2.1 – 2.9 | Производственная практика | 72 | — | — | — | — | 72 |
| Всего | | 672 | 376 | 230 | 188 | 36 | 72 |

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся | Объем часов | Уровень освоения |
|---|---|-------------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Раздел 1. Организация и проведение экономической деятельности | | | |
| МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение | | | |
| Тема 1.1. Финансы и денежное обращение | Содержание | 34 | |
| | 1 Сущность финансов, их функции и роль в экономике | | 1 |
| | 2 Структура финансовой системы | | 1 |
| | 3 Финансовая система РФ, характеристика её звеньев | | 1 |
| | 4 Понятие, функции и виды денежных средств | | 1 |
| | 5 Сравнительная характеристика денежных средств | | 1 |
| | 6 Денежные агрегаты. Скорость обращения денег | | 1 |
| | 7 Понятие денежного обращения. Закон денежного обращения | | 1 |
| | 8 Денежная система и её типы | | 1 |
| | 9 Элементы денежной системы | | 1 |
| | Практическое занятие №1. Анализ показателей денежного обращения – величина денежной массы, денежные агрегаты | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №2. Решение ситуационных задач | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №3. Расчет скорости денежного обращения | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №4. Решение ситуационных задач | 6 | 2 |
| Тема 1.2. Налоги и налогообложение | Содержание | 36 | |
| | 1 Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы | | 1 |
| | 2 Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов | | 1 |
| | 3 Федеральные, региональные и местные налоги | | 1 |
| | 4 Основные виды налогов: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, порядок расчёта, сроки уплаты и порядок предоставления отчётности | | 1 |
| | 5 Специальные режимы налогообложения | | 1 |
| | 6 Отчисления во внебюджетные фонды: виды страховых взносов, плательщики, ставки, порядок расчёта, уплаты и предоставления отчётности | | 1 |
| | Практическое занятие №5. Расчёт налога на доходы физических лиц | 8 | 2 |

| | | | | |
|--|---|--|-----------|---|
| | Практическое занятие №6. Решение ситуационных задач | | 8 | 2 |
| | Практическое занятие №7. Расчёт налога на добавленную стоимость | | 8 | 2 |
| | Практическое занятие №8. Решение ситуационных задач | | 8 | 2 |
| | Практическое занятие №9. Расчёт налога на прибыль организаций | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №10. Решение ситуационных задач | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №11. Расчёт налога на имущество организаций | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №12. Решение ситуационных задач | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №13. Расчёт транспортного налога | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №14. Решение ситуационных задач | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №15. Расчёт страховых взносов | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №16. Решение ситуационных задач | | 6 | 2 |
| МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | | | | |
| Тема 2.1. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности | Содержание | | 10 | |
| | 1 | Цели, задачи, методы, приемы и виды анализа финансово-хозяйственной деятельности. Предмет и объекты исследования в анализе | | 1 |
| | 2 | 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 | | 1 |
| | 3 | Сущность факторного анализа. Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности организации | | 1 |
| | Практическое занятие №1. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации с использованием различных методов факторного анализа | | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №2. Решение ситуационных задач | | 4 | 2 |
| Тема 2.2. Анализ деятельности организаций (предприятий), финансовых результатов деятельности | Содержание | | 24 | |
| | 1 | Анализ бухгалтерского баланса организации: значение, задачи, расчёт структуры актива и пассива баланса | | 1 |
| | 2 | Анализ имущественного состояния предприятия и источников формирования имущества организации | | 1 |
| | 3 | Анализ и оценка платежеспособности предприятия. Анализ и оценка финансовой устойчивости организации | | 1 |
| | 4 | Система коэффициентов финансовой устойчивости организации. Методика анализа финансовых коэффициентов. Анализ деловой активности организации. Резервы улучшения финансового состояния организации | | 1 |
| | 5 | Анализ розничного и оптового товарооборота: методика и последовательность проведения анализа товарооборота; задачи и источники проведения анализа товарных запасов, товарооборачиваемости и поступления товаров | | 1 |

| | | | | |
|---|--|--|------------|---|
| | 6 | Факторный анализ влияния трудовых показателей на конечный результат деятельности организации | | 1 |
| | 7 | Методика и последовательность проведения анализа затрат: анализ по общему объёму и по отдельным статьям | | 1 |
| | 8 | Методика и последовательность проведения анализа валового дохода: анализ по общему объёму и по составу, анализ факторов, влияющих на сумму и уровень валового дохода, выявление резервов роста валового дохода | | 1 |
| | 9 | Расчет показателей прибыли и рентабельности. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли | | 1 |
| | 10 | Определение безубыточности продаж | | 1 |
| | Практическое занятие №3. Финансовый анализ хозяйственной деятельности предприятия | | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №4. Анализ структурных изменений в балансе | | 2 | |
| | Практическое занятие №5. Анализ эффективности использования основных средств | | 2 | 2 |
| | Практическое занятие №6. Анализ показателей эффективности использования товарных и материальных ресурсов | | 2 | 2 |
| | Практическое занятие №7. Расчёт и анализ показателей ликвидности и платежеспособности предприятия | | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №8. Расчёт и анализ показателей финансовой устойчивости организации | | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №9. Расчёт и анализ показателей деловой активности организации | | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №10. Анализ динамики товарооборота по общему объёму и структуре | | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №11. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости | | 2 | 2 |
| | Практическое занятие №12. Анализ показателей по труду | | 2 | 2 |
| | Практическое занятие №13. Анализ себестоимости продукции (работ, услуг). Анализ текущих затрат торгового предприятия | | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №14. Анализ валового дохода по составу | | 2 | 2 |
| | Практическое занятие №15. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия | | 4 | 2 |
| | Практическое занятие №16. Расчёт и анализ безубыточности продаж | | 2 | 2 |
| Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 1: - изучение литературных источников, рекомендованных для конкретных тем дисциплины - изучение законодательных и нормативных документов, рекомендованных для изучения различных тем - решение конкретных ситуационных задач и практических упражнений по различным темам - выполнение индивидуальных заданий по оформлению финансовых документов - подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите Самостоятельное изучение: изучение типовых форм налоговых деклараций по основным видам налогов; процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта, диагностика банкротства | | | 128 | |

| | | | |
|--|---|-----------|----------|
| Тематика домашних заданий: - подготовка сообщений и электронных презентаций об истории происхождения денег - составление схемы «Классификация налогов в Российской Федерации» - подготовка к тестированию по теме «Деньги, функции денег» - порядок отражения хозяйственных операций в книге учета доходов и расходов для организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения - налоговая отчетность по единому налогу на вмененный доход - обобщение результатов анализа финансового состояния предприятия, выявление резервов повышения уровня финансовой независимости предприятия - подготовка к тестированию по теме «Финансовые результаты деятельности предприятия» | | | |
| Раздел ПМ.02. Организация и проведение маркетинговой деятельности | | | |
| МДК.02.03. Маркетинг | | | |
| Тема 3.1. Теоретические основы маркетинга | Содержание | 14 | 2 |
| | 1 Предметы, цели, задачи МДК. Предмет маркетинга и связь его с другими дисциплинами. Цели и задачи маркетинга. Маркетинг отношений | | 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 | | 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 | | 2 |
| | 4 Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Разновидности макросреды. Конъюнктура рынка | | 2 |
| | 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 | | 2 |
| | Практическое занятие №1. Установление основных видов потребностей, товаров и услуг их удовлетворяющих. Решение проблемных ситуаций. | 8 | 2 |
| | Практическое занятие №2. Анализ окружающей среды предприятия сферы услуг на конкретном примере | 8 | 2 |
| | Практическое занятие №3. Методы воздействия на уровень спроса на конкретном примере | 8 | 2 |

| | | | | |
|---|--|---|-----------|---|
| Тема 3.2. Маркетинговая деятельность компании | Содержание | | 24 | 2 |
| | 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 | | 2 |
| | 2 | Основные приемы маркетинга. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. Позиционирование - выбор и реализация стратегии | | 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 | | 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 | | 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 | | 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 посредников. ФОССТИС. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики | | 2 |
| | Практическое занятие №4. Анализ маркетинговой информации. Решение ситуационных задач | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №5. Анализ целевого рынка. Решение ситуационных задач | | 8 | 2 |
| | Практическое занятие №6. Сегментирование рынка определенного товара на основе географического и демографического принципа | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №7. Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №8. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов - на примере конкретной ситуации | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №9. Формирование конкурентной стратегии - на примере конкретной ситуации | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №10. Организация рекламной компании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №11. Анализ ценовой политики организации | | 6 | 2 |
| | Практическое занятие №12. Выбор средств стимулирования объекта - для конкретного товара, услуги | | 6 | 2 |

| | | |
|--|----|-----|
| <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 - написать рефераты на выбранную тему: «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» - домашние задания: «Информация к размышлению: <i>Nike</i> (ответить на предложенный перечень вопросов); «Составить резюме к теме и перечень основных понятий»; «Составить резюме к статье «Иногда мнения эксперта бывают курьезными». Добавить 2-3 собственных примера»; «Составить анкету для проведения маркетингового исследования на любой выбранный обучающимся товар»; «Анализ статьи: ШМ - реструктуризация службы сбыта. Сделать вывод» | 60 | 2,3 |
| <p>Учебная практика Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформление финансовых документов и отчетности - проведение денежных расчетов - расчёт основных налогов - анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации - решение ситуационных задач по сбытовой политике - разработка анкеты - разработка программы развития нового продукта - разработка мероприятий по стимулированию сбыта - решение ситуационных задач по экономической роли каналов распределения - разработка мероприятий рекламной компании | 36 | |
| <p>Производственная практика Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить финансовую отчетность торговой организации и выполнить расчёт основных налогов - собрать необходимую для финансового анализа информацию - провести анализ основных экономических показателей торгового предприятия | 72 | |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие 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 РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Финансы, налоги и налогообложение», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Маркетинг».

Оборудование учебных кабинетов:

- посадочные места по количеству обучающихся (ученические столы и стулья);
- доска аудиторная для наглядного представления учащимся учебного материала;
- мел для доски аудиторной;
- рабочее место преподавателя;
- шкафы для хранения средств обучения;
- комплект учебно-методической документации по модулю;
- комплект учебно-наглядных пособий по модулю;
- образовательные и информационные ресурсы на электронных носителях

Учебные аудитории оснащены современным техническими средствами (компьютером с подключенным к нему проектором с видеотерминалом на настенный экран или иными аналогичными по функциональному назначению оборудованием или мультимедийным комплексом) предназначенные для проведения занятий и презентации лекционных материалов.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1) основные источники:

1. Перекрестова Л.В. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для студ. учреждений сред проф. образования / Л.В. Перекрестова. – 12-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия» 2015. – 368 с.
2. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С.М. Пястолов. – 13-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия» 2015. – 384 с.
3. Скворцов О.В. Налоги и налогообложения : учебник для студ. учреждений сред проф. образования / О.В. Скворцов. – 13-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия» 2015. – 272 с.
4. Экономика инновационно-ориентированного предприятия : учебное пособие / И.В. Аленкова, Т.А. Агальцова. – М.: КноРус, 2016. – 264 с.

2) нормативные документы:

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29.12.2012.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) № 51-ФЗ от 30.11.1994.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) № 14-ФЗ от 26.01.1996.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) № 146-ФЗ от 26.11.2001.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) № 230-ФЗ от 18.12.2006.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) № 146-ФЗ от 31.07.1998.
7. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) № 117-ФЗ от 05.08.2000.
8. Трудовой кодекс Российской Федерации № 197-ФЗ от 30.12.2001.
9. Федеральный закон «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 (редакция от 31.12.2017).
11. Федеральный закон «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 (редакция от 29.07.2017).

3) дополнительные источники:

5. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. И. Бариленко [и др.] ; под ред. В. И. Бариленко. – М.: Издательство Юрайт, 2015.

– 455 с.

6. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник / О.И. Аверина, Е.Г. Москалева, Л.А. Челмакина [и др.]. – 2-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2016. – 430 с.
7. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. – М.: Вильямс, 2016. – 752 с.
8. Лыкова, Л.Н. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для СПО / Л.Н. Лыкова. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 353 с.
9. Маршавина, Л.Я. Налоги и налогообложение : учебник для СПО / под ред. Л.Я. Маршавиной, Л.А. Чайковской. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 503 с.
10. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.
11. Налоги и налоговая система Российской Федерации : учебник и практикум для академического бакалавриата / под науч. ред. Л. И. Гончаренко. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 541 с.
12. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для СПО / под ред. Д.Г. Черника, Ю.Д. Шмелева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 495 с.
13. Налоги и налогообложение : учебное пособие / Н.И. Куликов, М.А. Куликова, Н.П. Назарчук. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2013. – 388 с.
14. Ордынская, Е.В. Организация и методика проведения налоговых проверок: учебник и практикум для СПО / Е.В. Ордынская ; под ред. Л.С. Кириной. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 406 с.
15. Пансков, В.Г. Налоги и налогообложение: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / В. Г. Пансков. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 772 с.
16. Реброва, Н.П. Основы маркетинга. учебник и практикум для спо / Н.П. Реброва. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 277 с.

4) интернет-ресурсы:

- официальный сайт Министерства финансов РФ www.minfin.ru;
- официальный сайт Росстата www.gks.ru;
- официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ www.nalog.ru;
- все для бизнеса <http://www.klerk.ru>;
- официальный сайт Росбизнесконсалтинга www.rbc.ru;
- агентство консультаций и деловой информации «Экономика и жизнь» <http://www.akdi.ru>;
- официальный сайт СПС Гарант <http://garant.ru>;
- официальный сайт СПС Консультант Плюс <http://consultantplus.ru>;
- сайт «Бухгалтерские новости и статьи» <http://nalog-nalog.ru>;
- сайт посвящен проблематике интернет-маркетинга www.marketer.ru;
- сайт системы межрегиональных маркетинговых центров www.marketcenter.ru;
- сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы www.sostav.ru;
- сайт электронного журнала по маркетингу www.4p.ru.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Профессиональный модуль ПМ.02. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» включает в себя междисциплинарные дисциплины: МДК.02.01. «Финансы, налоги и налогообложение», МДК 02.02. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», МДК.02.03. «Маркетинг». При реализации профессионального модуля предусматривается учебная и производственная практика.

Освоению профессионального модуля предшествует освоение общепрофессиональных дисциплин:

- ОП.01. Экономика организации;
- ОП.02. Статистика;
- ОП.03. Менеджмент;
- ОП.04. Документационное обеспечение управления;
- ОП.05. Правовое обеспечение профессиональной деятельности;
- ОП.07. Бухгалтерский учет.

В целях реализации компетентного подхода используются в образовательном процессе активные и интерактивные формы проведения занятий (моделирование производственных ситуаций, деловые и ролевые игры, разбор конкретной ситуации, тренинги, групповые дискуссии) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Учебные занятия проводятся в оборудованных учебных кабинетах, а лекционные занятия проводятся с помощью электронных презентаций или слайдов.

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавательским составом используется следующее программное обеспечение: операционная система *Windows*, текстовый редактор *Microsoft Office Word*, редактор электронных таблиц *Microsoft Office Excel*, средство для создания презентаций *Microsoft Office PowerPoint*, портал электронного обучения НГТУ, справочно-правовая система «КонсультантПлюс» и информационно-правовой портал «система ГАРАНТ».

Практика представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающегося. Практические занятия проводятся с помощью технических и электронных средств обучения для контроля знаний студентов.

Реализация программы модуля должна обеспечиваться учебно-методической документацией по всем междисциплинарным курсам и доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) основной профессиональной образовательной программы.

Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий).

Внеаудиторная работа должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с выходом к сети интернет. Демонстрация дидактических материалов с использованием мультимедийных технологий. Организация взаимодействия с обучающимися посредством электронной почты и использование электронных конспектов лекций.

Консультации для обучающихся проводятся на основе графиков на протяжении всего процесса освоения профессионального модуля ПМ.02. Консультации могут быть индивидуальные, групповые, письменные, устные.

Завершается освоение ПМ.02. – проведением экзамена (квалификационного).

Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) проводятся образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля.

Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Цели, задачи, программы практик определяются образовательным учреждением по каждому виду практики.

Аттестация по итогам учебной и производственной практики проводится по результатам выполненных заданий – дифференцированный зачет.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности». Организация учебной и производственной практики обеспечивается предоставлением мест в современных организациях (предприятиях) торговли. Консультации проводятся преподавателями и мастерами производственного обучения по утвержденному графику.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация профессионального модуля ПМ.02. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими среднее профессиональное или высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Руководители практики: представитель педагогического коллектива образовательного учреждения, обеспечивающий обучение по междисциплинарному курсу профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

Мастера должны иметь высшее или среднее специальное образование и наличие 4-5 квалификационного разряда с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего и итогового контроля индивидуальных образовательных достижений – демонстрируемых обучающимися знаний, умений и практического опыта.

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--|--|---|
| ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации | Обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности | Текущий контроль в форме: - защита практических работ - контрольная работа - тестирование - устного и письменного опроса - оценки аудиторной самостоятельной деятельности - оценки внеаудиторной самостоятельной 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) | |
| ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем | Соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам) | Итоговый контроль в форме экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю |
| | 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 | |
| ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, | Обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях | |
| | Правильность расчета микроэкономических показателей | |

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--|--|---|
| анализировать их, а также рынки ресурсов | Полнота анализа микроэкономических показателей Полнота анализа рынков ресурсов | |
| ПК 2.4. 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 фонд оплаты труда предприятия | |
| ПК 2.5. 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 | |
| ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации | Аргументированность выбора методов стимулирования сбыта | |
| | Логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций | |
| | Правильность применения маркетинговых коммуникаций | |
| ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений | Правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований | Текущий контроль в форме: - защита практических работ - контрольная работа - тестирование - устного и письменного опроса - оценки аудиторной самостоятельной деятельности - оценки внеаудиторной самостоятельной деятельности Итоговый контроль в форме экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю |
| | Обоснованности принятия маркетинговых решений | |
| ПК 2.8. 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 | |
| | 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 | 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 позволяют проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|---|--|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | Проявление интереса к будущей профессии, активности и инициативности в получении профессионального опыта, умений и знаний | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики, в ходе сдачи экзаменов и проведения зачетов |
| | Аргументированность и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии | |
| | Наличие положительных отзывов по итогам практики | |
| | Проведение презентации «Моя будущая профессия» | |
| | Участие в студенческих конференциях, конкурсах | |

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|--|--|
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем | Демонстрация умений планировать свою собственную деятельность и прогнозировать ее результаты | |
| | Обоснованность выбора методов и способов действий | |
| | Проявление способности коррекции собственной деятельности | |
| | Адекватность оценки качества и эффективности собственных действий | |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | Решение стандартных и нестандартных профессиональных ситуаций по видам профессиональной деятельности | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики, в ходе сдачи экзаменов и проведения зачетов |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития | Демонстрация умения осуществлять поиск информации с использованием различных источников и информационно-коммуникационных технологий | |
| | Демонстрация умения использовать полученную информацию | |
| ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | Демонстрация способности эффективно общаться с преподавателями, студентами, представителями работодателя | |
| | Проявление ответственности за результаты выполнения заданий каждым членом команды | |
| | Проявление способности оказать и принять взаимную помощь. | |
| ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | Демонстрация стремления к постоянному профессионализму и личностному росту | |
| | Проявление способности осознанно планировать и самостоятельно проводить повышение своей квалификации | |
| ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь | Демонстрация использования языковых коммуникативных и этических норм | |
| ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий | Демонстрация умения применять законодательные акты, нормативные и методические материалы, а также требования стандартов, технических условий | |