

**Государственное бюджетное профессиональное общеобразовательное  
учреждение «Южно-Уральский государственный колледж»**

УТВЕРЖДАЮ:

Зам. директора по учебной работе

\_\_\_\_\_ Т.С. Занова

08 июня 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ**

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

**Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

2023 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе примерной программы по профессиям/специальностям среднего профессионального образования (далее – СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

код и наименование (профессии) специальности

1. Челябинский ИРПО ГОУ ДПО (повышения квалификации) специалистов

2. ФГОУ СПО «Златоустовский торгово-экономический техникум»

Указывается автор и организация разработчик примерной программы

Рекомендована Советом Министерства образования и науки Челябинской области по примерным ОПОП НПО и СПО. Заключение Совета по примерным ОПОП №3 от 20 июня 2014 г.

**Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям подготовки специалистов среднего звена**

Организация-разработчик: ГБПОУ «ЮУГК»

Разработчики: Гунько Надежда Вадимовна  
– преподаватель ГБПОУ «ЮУГК»

Внешний рецензент: Наumenко Н.В. – доцент кафедры  
«Пищевые и биотехнологии»  
высшей медико-биологической школы  
ФГАОУ ВО ЮУрГУ (НИУ), к.т.н.

Внутренний рецензент: Редреева М.А. - преподаватель ГБПОУ «ЮУГК»

Рассмотрена и одобрена на заседании ПЦК «Коммерции и Товароведения» Протокол №7 от «21» мая 2023 г.

**Аннотация рабочей программы специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**  
**профессионального модуля ПМ.02 «организация и проведение экономической и**  
**маркетинговой деятельности»**

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе ФГОС СПО. Включает в себя: паспорт рабочей программы (место профессионального модуля в структуре ППССЗ, цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения модуля); структуру и содержание профессионального модуля (объем и виды учебной работы, тематический план и содержание профессионального модуля); условия реализации модуля (требования к минимальному материально-техническому обеспечению, информационное обеспечение обучения, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, основной и дополнительной литературы); контроль и оценку результатов освоения профессионального модуля.

***Количество часов на освоение программы профессионального модуля:***

всего – **459** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **342** часа, включая:  
практическую подготовку- 342 часа

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **234**  
часа, в том числе практических и лабораторных – **108** часов;

курсовое проектирование – **20** часов;

самостоятельной работы обучающегося – **117**  
часов;

учебная практика – **36** часов

производственная практика – **72** часа, в том числе в форме практической подготовки – 342 часа.

Вид промежуточной аттестации: экзамен (квалификационный) по профессиональному модулю, дифференцированный зачет по производственной и учебной практике.

Наименование разделов:

МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение

1. Порядок учета материально-производственных запасов и проведение инвентаризации

МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности

2. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности МДК 02.03 Маркетинг

3. Маркетинг торговой организации

МДК 02.04 Маркетинговые исследования рынка

4. Введение и первые этапы маркетинговых исследований

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ ПМ.02.....	4
2.	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
3.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	8
4.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	32
5.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ).....	37

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

## ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02

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

#### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

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

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

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

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

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в базовой и профессиональной подготовке работников производственных, торговых и сервисных организациях при наличии среднего профессионального образования. Опыт работы не менее 1 года.

## **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:**

- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- оформления финансовых документов и отчетов;
- расчета основных налогов;
- изучения спроса;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;

### **уметь:**

- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- 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:**

- 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;
- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения; финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;

- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- 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;
- управление маркетингом, этапы маркетинговых исследований, их результат.

### **1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

**всего – 459 часов**, в том числе:

**обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 342 часа:**

**практической подготовки: 342 часа**

- аудиторных занятий: 106 часов;
- в том числе практических и лабораторных – 108 часов;
- курсовое проектирование – 20 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 117 часов;

производственная практика – 72 часа.

Учебная практика – 36 часов

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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

Код профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Практической подготовки обучающихся	Самостоятельная работа обучающегося		Практика	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа, часов		Всего, часов	в т.ч. курсовая работа, часов	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	<b>МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение</b>	<b>96</b>	<b>64</b>	32	-	<b>64</b>	<b>32</b>	-	-	-
<b>ПК 2.1</b>	<b>Раздел 1.</b> Порядок учета материально-производственных запасов и проведение инвентаризации	<b>16</b>	<b>12</b>	6	-	<b>12</b>	<b>4</b>	-	-	-
<b>ПК 2.1</b>	<b>Раздел 2.</b> Налоги и налогообложение	<b>32</b>	<b>20</b>	10	-	<b>20</b>	<b>12</b>	-	-	-
<b>ПК 2.2</b>	<b>Раздел 3.</b> Оформление, проверка правильности составления, обеспечение хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<b>4</b>	<b>4</b>	2	-	<b>4</b>	-	-	-	-
<b>ПК 2.3</b>	<b>Раздел 4.</b> Микроэкономические показатели — основа эффективности использования рынка ресурсов	<b>4</b>	<b>2</b>	-	-	<b>4</b>	<b>2</b>	-	-	-

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>ПК 2.3</b>	<b>Раздел 5.</b> Финансовые ресурсы – составная часть рынка ресурсов	<b>30</b>	<b>20</b>	10	-	<b>20</b>	<b>10</b>	-	-	-
<b>ПК 2.4</b>	<b>Раздел 6.</b> Основные экономические показатели деятельности торговой организации	<b>10</b>	<b>6</b>	4	-	<b>6</b>	<b>4</b>	-	-	-
	<b>МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>	<b>72</b>	<b>48</b>	24	-	<b>48</b>	<b>24</b>	-	-	-
<b>ПК 2.9</b>	<b>Раздел 1.</b> Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	<b>12</b>	<b>10</b>	2	-	<b>10</b>	<b>2</b>	-	-	-
<b>ПК 2.9</b>	<b>Раздел 2.</b> Методика комплексного управленческого анализа	<b>30</b>	<b>20</b>	10	-	<b>20</b>	<b>10</b>	-	-	-
<b>ПК 2.9</b>	<b>Раздел 3.</b> Финансовый анализ	<b>30</b>	<b>18</b>	12	-	<b>18</b>	<b>12</b>	-	-	-
	<b>МДК 02.03 Маркетинг</b>	<b>93</b>	<b>62</b>	32	-	<b>62</b>	<b>31</b>	-	-	-
<b>ПК 2.5</b> <b>ПК 2.6</b> <b>ПК 2.8</b>	<b>Раздел 1.</b> Маркетинг торговой организации	<b>93</b>	<b>62</b>	32	-	<b>62</b>	<b>31</b>	-	-	-
	<b>МДК 02.04 Маркетинговые исследования рынка</b>	<b>90</b>	<b>60</b>	20	20	<b>60</b>	<b>30</b>	-	-	-
<b>ПК 2.7</b>	<b>Раздел 1</b> Введение и первые этапы маркетинговых исследований	<b>4</b>	<b>4</b>	2	-	<b>4</b>	-	-	-	-
<b>ПК 2.7</b>	<b>Раздел 2</b> Разработка плана исследования	<b>38</b>	<b>24</b>	10	-	<b>24</b>	<b>14</b>	-	-	-

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
<b>ПК 2.7</b>	<b>Раздел 3</b> Сбор, подготовка и анализ данных	<b>18</b>	<b>2</b>	-	-	<b>2</b>	<b>14</b>	-	-	-
<b>ПК 2.7</b>	<b>Раздел 4</b> Отчет о результатах маркетинговых исследований	<b>12</b>	<b>10</b>	8		<b>10</b>	<b>2</b>			
	<b>Курсовая работа (проект)</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	-	20	<b>20</b>	-	-	-	-
	<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>	<b>72</b>				<b>72</b>				<b>72</b>
	<b>Учебная практика</b>	<b>36</b>				<b>36</b>				
<b>Всего</b>		<b>459</b>	<b>234</b>	108	20	<b>234</b>	<b>117</b>	-	<b>36</b>	<b>72</b>

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы

<i><b>Вид учебной работы</b></i>	<i><b>Объем часов</b></i>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>459</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>234</b>
в том числе:	
практическая подготовка	342
лабораторные работы	-
практические занятия	108
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	20
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>117</b>
в том числе	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	20
работа с контрольными вопросами и упражнениями в учебно-методическом пособии, рабочей тетради	40
работа с тестами и тренажерами в электронном учебном пособии	17
реферат, работа с различными информационными источниками [текст, электронный ресурс]	40
домашняя контрольная работа	—
<b>Промежуточная аттестация в форме экзамена (квалификационный)</b>	
<i><b>Вид учебной работы</b></i>	<i><b>Объем часов</b></i>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего) по заочной форме</b>	<b>459</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>74</b>
в том числе:	
практическая подготовка	234
лабораторные работы	—
практические занятия	26
контрольные работы	—
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	20
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>385</b>
в том числе	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) (если предусмотрено)	79
работа с контрольными вопросами и упражнениями в учебно-методическом пособии, рабочей тетради	60
работа с тестами и тренажерами в электронном учебном пособии	70
реферат, работа с различными информационными источниками [текст, электронный ресурс]	70
домашняя контрольная работа	70
<b>Промежуточная аттестация в форме экзамена (квалификационный)</b>	

### 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 работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение</b>		<b>96</b>	
<b>Раздел 1. Порядок учета и материально-производственных запасов и проведение инвентаризации</b>		<b>12</b>	
Тема 1.1 Учет материально-производственных запасов	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	
	1. Учет материально-производственных запасов. Нормативная база по учету МПЗ. Оценка МПЗ. Документальное оформление и учет поступления и выбытия материалов, товаров	2	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Решение тестов и тренажеров в электронном учебнике		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
Тема 1.2 Инвентаризация товарно-материальных ценностей	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Виды инвентаризации. Порядок проведения инвентаризации и оформления ее результатов		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>2</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
Тема 1.3 Денежные расчеты с покупателями	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Учет расчетов с поставщиками и покупателями. Понятие наличных и безналичных расчетов		

	Лабораторные работы		
	Практическая подготовка	2	
	Самостоятельная работа		

1	2	3	4
Тема 1.4 Бухгалтерская (финансовая) отчетность организации	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	1. Бухгалтерская (финансовая) отчетность организации Нормативная база, понятие, состав и принципы составления бухгалтерской отчетности. Раскрытие информации в бухгалтерской отчетности	2	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие</b>	-	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>2</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
<b>Раздел 2. Налоги и налогообложение</b>		<b>34</b>	
Тема 2.1 Законодательство РФ о налогах и сборах	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	
	1. Законодательство РФ о налогах и сборах. Функции налогов. Понятие налога и сбора. Классификация налогов.	2	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие</b>	-	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>2</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
Тема 2.2 Региональные налоги и специфика их расчета	1. Работа с информационными источниками: Налоговый кодекс РФ, ч.1, ч.2		
	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Региональные налоги и специфика их расчета. Транспортный налог, налог на имущество организаций, порядок их исчисления и уплаты	2	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Решение тестов и тренажеров по исчислению региональных налогов в электронном учебном пособии		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Решение тестов и задач в рабочей тетради		

1	2	3	4	
Тема 2.3 Основные виды федеральных налогов, методика их расчета	<b>Содержание</b>		<b>18</b>	<b>2</b>
	1.	Основные виды федеральных налогов, методика их расчета. Экономическая сущность налога на добавленную стоимость. Порядок исчисления и сроки уплаты НДС. Акцизы: порядок их уплаты.	2	
	2.	Налог на прибыль организаций: группировка доходов и расходов. Порядок признания доходов и расходов	2	
	3.	Страховые взносы: порядок их исчисления и уплаты. Порядок исчисления и уплаты НДФЛ	2	
	<b>Практические занятия</b>		6	
	1. Решение тестов и тренажеров по НДС и акцизам в электронном учебном пособии		6	
	2. Решение тестов и тренажеров по налогу на прибыль организаций в электронном учебном пособии.			
	3. Решение тестов и тренажеров по страховым взносам и НДФЛ в электронном учебном пособии			
	<b>Лабораторные работы</b>		-	
	<b>Практическая подготовка</b>		<b>12</b>	
	<b>Самостоятельные работы</b>		6	
	1. Решение тестов и задач по НДС и акцизам в рабочей тетради		6	
	2. Решение тестов и задач по налогу на прибыль в рабочей тетради			
	3. Решение тестов и задач по НДФЛ и страховым взносам в рабочей тетради			
Тема 2.4 Налоговый контроль за соблюдением законодательства и ответственность за налоговые правонарушения	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	
	<b>Практическое занятие</b>		2	
	1. Формы проведения налогового контроля. Камеральная проверка. Выездная проверка. Понятие налогового правонарушения, условия привлечения к ответственности. Налоговые санкции.		2	
	<b>Лабораторные работы</b>			
	<b>Практическая подготовка</b>			
	<b>Самостоятельная работа</b>			
	1. Работа с информационными источниками: определение налоговой и административной ответственности за налоговые правонарушения в соответствии с Налоговым кодексом РФ и Кодексом РФ об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ		4	



1	2	3	4
<b>Раздел 3. Оформление, проверка правильности составления, обеспечение хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем</b>		<b>6</b>	
Тема 3.1 Порядок составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов	<b>Содержание</b> 1. Порядок составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов. Товаросопроводительные документы, порядок их составления. Оформление счетов-фактур, накладных и приходных ордеров. Документирование управленческой деятельности. Система ОРД. Товаросопроводительные документы.	<b>6</b>	
	<b>Практическое занятие</b>	4	<b>2</b>
	1. Заполнение бланков претензии, ответа на претензию и искового заявления	2	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>6</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
<b>Раздел 4. Микроэкономические показатели – основа эффективности использования рынка ресурсов</b>		<b>4</b>	
Тема 4.1 Рынок как среда функционирования торговых предприятий	<b>Содержание</b> 1. Рынок как среда функционирования торговых предприятий. Рынок ресурсов и потребительских товаров. Понятие и роль микроэкономических показателей	<b>4</b>	
	<b>Практическое занятие</b>	2	<b>2</b>
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
	1. Расчет задач по нахождению реализуемой и валовой продукции	2	

1	2	3	4
<b>Раздел 5. Финансовые ресурсы – составная часть рынка ресурсов</b>		<b>30</b>	
Тема 5.1 Финансы. Деньги. Денежное обращение Тема 5.2 Финансирование и денежно-кредитная политика	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	<b>Практическое занятие</b>	-	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>2</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Написание рефератов, сообщений на заданную тему		
Тема 5.3 Экономические и финансовые основы торговой деятельности	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	<b>2</b>
	1-2. Экономические и финансовые основы торговой деятельности. Организационно-правовые формы торговых организаций. Торговля как вид предпринимательской деятельности. Понятие финансов торговых организаций.	4	
	<b>Практическое занятие</b>	-	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Определение организационно-правовых форм торговых организаций		
	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	1. Активы и капитал торговой организации. Общие понятия активов и капитала организации. Основные фонды торговой организации.оборотный капитал торговой организации.	2	
	<b>Практическое занятие</b>	4	
Тема 5.4 Активы и капитал торговой организации	1. Определение показателей основных фондов торговой организации		<b>2</b>
	2. Определение показателей, характеризующих оборотные фонды торговой организации		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>6</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Расчет и анализ основных и оборотных средств торговой организации		

1	2	3	4
Тема 5.5 Доходы и расходы торговой организации	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Доходы и расходы торговой организации. Определение доходов и расходов коммерческих организаций. Доходы и издержки обращения торговой организации.	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Определение доходов и расходов от деятельности торговой организации		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Расчет доходов и расходов торговой организации		
Тема 5.6 Прибыль торговой организации	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	1. Прибыль торговой организации. Понятие прибыли и рентабельности организации. Взаимосвязь издержек обращения, объема товарооборота и прибыли. Распределение прибыли торговой организации.	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	4	
	1. Расчет показателей, характеризующих взаимосвязь издержек обращения, товарооборота и прибыли		
	2. Определение показателей рентабельности		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	6	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Расчет прибыли торговой организации		

1	2	3	4
<b>Раздел 6. Основные экономические показатели деятельности торговой организации</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>	
	1. Основные экономические показатели деятельности торговой организации. Классификация экономических показателей. Товарооборот организаций торговли. Трудовые ресурсы и производительность труда в организациях торговли. Заработная плата. Основные фонды организаций торговли. Оборотные средства организаций торговли. Расходы и издержки обращения торговой организации. Доходы и прибыль торговой организации. Понятие рентабельности и методы ее определения. Ценообразование	2	2
	<b>Практические занятия</b>	4	
	1. Расчет и анализ товарооборота торговой организации		
	2. Расчет доходов и видов прибыли торговой организации		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>6</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	
	1. Основные понятия основных и оборотных фондов торговой организации		
	2. Расчет заработной платы торгового персонала		
<b>МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>		<b>72</b>	
<b>Раздел 1. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности</b>		<b>12</b>	
<b>Тема 1 Предмет, задачи и значение анализа финансово-хозяйственной деятельности</b>	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	1. Предмет, задачи и значение анализа финансово-хозяйственной деятельности Понятие экономического анализа. Экономический анализ как результат дифференциации общественных наук. Предмет и объекты анализа хозяйственной деятельности. Цели, задачи и содержание экономического анализа. Роль анализа финансово-хозяйственной деятельности в повышении эффективности производства	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	-	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	

	<b>Практическая подготовка</b>	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	

1	2	3	4
Тема 2 Метод анализа финансово-хозяйственной деятельности (АФХД) и его особенности	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	1. Метод анализа финансово-хозяйственной деятельности (АФХД) и его особенности Метод анализа хозяйствования, его характерные черты. Классификация методов экономического анализа. Методика факторного анализа. Систематизация и классификация факторов в АФХД. Классификация резервов роста. Методика определения величины резерва	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	-	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
Тема 3 Способы обработки экономической информации и измерение влияния факторов	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Способы обработки экономической информации и измерение влияния факторов Сравнение – наиболее распространенный способ в АФХД. Применение относительных и средних величин в АФХД. Группировка – неотъемлемая часть аналитического исследования. Балансовый и индексный методы в экономическом анализе. Способ цепной подстановки. Способ абсолютных и относительных разниц. Интегральный способ и его применение в экономическом анализе	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Определение влияния факторов различными методами и способами		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Решение задач по теме: «Способы обработки экономической информации и измерение влияния факторов»		
Тема 4 Виды, организация и информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	1. Виды, организация и информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности Виды АФХД и их классификация. Организация и последовательность проведения анализа. Основные этапы аналитической работы. Система экономической информации. Виды источников информации. Организация и методика проведения оперативного, текущего и перспективного анализа. Система показателей в анализе Системный подход к анализу финансово-хозяйственной деятельности как фактор повышения эффективности производства	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	-	

	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>2</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	

1	2	3	4
<b>Раздел 2 Методика комплексного управленческого анализа</b>		<b>30</b>	
Тема 5 Анализ объема производства и реализации продукции, работ, услуг	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Анализ объема производства и реализации продукции, работ, услуг Задачи и информационная база анализа производства и реализации продукции (работ, услуг). Общая оценка динамики и выполнения плана производства и выпуска продукции. Анализ ассортимента и структуры продукции. Анализ качества и конкурентоспособности продукции. Анализ потерь от брака. Анализ ритмичности работы предприятия. Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Определение ритмичности работы предприятия		
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Определение резервов увеличения выпуска и реализации продукции		
Тема 6 Анализ использования основных фондов и организационно технического уровня производства	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Анализ использования основных фондов и организационно технического уровня производства Задачи и информационное обеспечение проведения анализа использования основных фондов. Анализ объема, структуры и динамики основных фондов. Анализ качественного состояния основных фондов. Анализ интенсивности и эффективности использования основных фондов. Анализ использования производственной мощности. Анализ использования технологического оборудования. Анализ организационно-технического уровня производства. Резервы увеличения выпуска продукции и фондоотдачи	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Анализ использования основных фондов		
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	



	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Определение качественного состояния основных фондов		

1	2	3	4
Тема 7 Анализ эффективного использования материальных ресурсов	<b>Содержание</b> 1. Анализ эффективного использования материальных ресурсов Задачи и источники анализа материальных ресурсов. Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами. Анализ соблюдения норм расхода материалов в производстве. Анализ материалоотдачи и материалоемкости. Анализ использования отходов производства	4	
	<b>Практическое занятие</b> 1. Определение материалоемкости и материалоотдачи	2	2
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
Тема 8 Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов	<b>Содержание</b> 1. Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов Цели, направления и источники анализа трудовых ресурсов. Анализ численности, состава и движения персонала предприятия. Анализ и оценка использования рабочего времени как показателя использования трудовых ресурсов предприятия. Анализ уровня производительности труда. Анализ трудоемкости продукции. Анализ влияния факторов использования трудовых ресурсов на прирост объема выпуска продукции	6	
	<b>Практическое занятие</b> 1. Анализ трудовых ресурсов организации	2	2
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Анализ движения рабочей силы		

1	2	3	4
Тема 9 Анализ себестоимости продукции (работ, услуг)	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	1. Анализ себестоимости продукции (работ, услуг) Задачи и источники информации анализа себестоимости продукции. Факторный анализ затрат на 1 рубль товарной продукции. Анализ себестоимости по экономическим элементам и статьям расхода. Анализ комплексных расходов. Анализ прямых материальных затрат. Анализ прямых трудовых затрат. Определение резервов снижения себестоимости	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Расчет задач по теме «Анализ себестоимости продукции (работ, услуг)»		
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	
	1-2. Анализ себестоимости по статьям расхода		
<b>Раздел 3 Финансовый анализ</b>		<b>30</b>	
Тема 10 Анализ финансовых результатов	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Анализ финансовых результатов Содержание, задачи, источники информации и методы финансового анализа. Общая оценка и анализ динамики прибыли до налогообложения. Факторный анализ прибыли от продаж. Анализ и оценка использования чистой прибыли. Анализ качества прибыли. Влияние учета затрат на формирование прибыли. Рентабельность как обобщающий показатель эффективной деятельности хозяйствующего субъекта. Анализ уровня и динамики рентабельности. Резервы увеличения финансовых результатов	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Расчет задач по теме «Анализ финансовых результатов»		
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Факторный анализ прибыли		

1	2	3	4
Тема 11 Анализ финансового состояния	<b>Содержание</b>	<b>18</b>	
	1. Анализ финансового состояния Значение и задачи анализа финансового состояния. Характеристика баланса как основного источника информации. Аналитический баланс – баланс–нетто и методика его формирования. Анализ динамики, состава и структуры имущества предприятия. Анализ состояния внеоборотных активов. Анализ состояния оборотных активов. Анализ динамики, состава и структуры источников формирования имущества. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности. Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости. Классификация типов финансовой устойчивости. Методика анализа относительных показателей финансовой устойчивости. Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	8	
	1-2. Анализ оборотных и внеоборотных активов, кредиторской и дебиторской задолженности организации		
	3. Определение абсолютных показателей и типов финансовой устойчивости		
	4. Анализ ликвидности предприятия		
	<b>Практическая подготовка</b>	10	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	8	
	1. Анализ баланса-нетто		
	2-3. Определение относительных показателей финансовой устойчивости		
	4. Анализ платежеспособности предприятия		
Тема 12 Анализ деловой активности	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Анализ деловой активности Общая оценка и критерии деловой активности. Анализ эффективности использования ресурсов. Анализ устойчивости экономического роста. Анализ и оценка коэффициентов деловой активности. Методы диагностики риска банкротства предприятия	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Диагностика риска банкротства предприятия		
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	

	1. Расчет коэффициентов деловой активности		
--	--	--	--

1	2	3	4
<b>МДК 02.03 Маркетинг</b>		<b>93</b>	
<b>Раздел 1. Маркетинг торговой организации</b>		<b>93</b>	
Тема 1.1. Понятия, принципы, цели и функции маркетинга. Виды спроса и структура маркетинговой деятельности	<b>Содержание</b> 1-2. Понятия, принципы, цели и функции маркетинга. Виды спроса и структура маркетинговой деятельности. Понятие, принципы, цели и функции маркетинга. Этапы развития маркетинга. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса. Комплекс маркетинга: товар, цена, продвижение, распределение.	<b>12</b>	
		4	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие</b> 1. Анализ основных понятий маркетинга на примере торговой организации г. Челябинска. 2. Анализ товарной политики фирмы как элемента маркетинга-микс	4	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>8</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	
	1. Изучение дополнительной литературы по теме «Эры развития маркетинга».		
	2. Анализ ассортимента и жизненных циклов товаров фирмы		
Тема 1.2. Потребности и мотивация потребителей	<b>Содержание</b> 1. Потребности и мотивация потребителей. Понятия: потребность, нужда, мотивация. Теория мотивации А. Маслоу. Матрица потребностей.	<b>8</b>	<b>2</b>
		2	
	<b>Практическое занятие</b> 1. Анализ различных потребностей по матрице потребностей.	2	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	
	1-2. Анализ 5-7 товаров по видам удовлетворяющих им потребностей		

1	2	3	4
Тема 1.3. Окружающая среда маркетинга	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	
	1. Окружающая среда маркетинга. Микро- и макросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы, формирующие микро- и макросреду организации. Разновидности макросреды.	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Анализ микросреды торговой организации.		
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
Тема 1.4. Формирование спроса и стимулирование сбыта	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Понятие и виды спроса в розничной торговле, их краткая характеристика. Стимулирование сбыта: понятие и функции, основные задачи и приемы.	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта для одного предприятия города Челябинска.		
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
Тема 1.5. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	
	1. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций. Система маркетинговых коммуникаций: понятие, цели и роль в комплексе маркетинга. Формы маркетинговых коммуникаций, их краткая характеристика.	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	-	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>2</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Роль маркетинговых коммуникаций в работе торговых организаций.		

1	2	3	4
Тема 1.6. Общая характеристика рекламы	<b>Содержание</b>	<b>12</b>	
	1. Общая характеристика рекламы. Понятие рекламы. Функции рекламы и рекламистов. Рекламная аргументация. Модели аргументации.	2	2
	<b>Практические занятия</b>	6	
	1-2. Анализ рекламного сообщения		
	3. Определение эффективности рекламных мероприятий		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	8	
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	
	1-2. Работа с Федеральным законом «О рекламе» №38.		
Тема 1.7. Связи с общественностью	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	1. Связи с общественностью. Паблик рилейшенз: понятие, задачи, инструменты и формы.	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	-	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
Тема 1.8. Личная продажа	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Личная продажа. Личная продажа: понятие и особенности. Формы персональной продажи.	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Анализ системы личных продаж торговых организаций.		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Самостоятельная работа</b>	2	
	1. Знакомство с формами персональной продажи.		
Тема 1.9. Выставки и ярмарки	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	1. Выставки и ярмарки. Понятия: ярмарка и выставка, их общность и различие. Классификация выставочных	2	2



		мероприятий.		
		<b>Практические занятия</b>	-	
		<b>Практическая подготовка</b>	<b>2</b>	
		<b>Лабораторные работы</b>	-	
		<b>Самостоятельная работа</b>	-	

1	2	3	4
Тема 1.10. Сбытовая политика организации	<b>Содержание</b>	<b>12</b>	
	1-2. Сбытовая политика организации. Понятие, виды и средства сбыта. Структура каналов распределения. Торговые посредники: виды и типы. Организационные формы каналов распределения: традиционные, вертикальные, горизонтальные и многоканальные. Типы вертикальных маркетинговых систем.	4	2
	<b>Практические занятия</b>	4	
	1-2. Разработка и организация распределения товара в торговой организации.		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	8	
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	
	1-2. Изучение особенностей сбытовой политики конкретной фирмы.		
Тема 1.11. Понятие и виды конкуренции	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	1. Понятие и виды конкуренции. Понятие и виды конкуренции, их краткая характеристика. Конкурентные стратегии и их характеристика.	2	2
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Построение конкурентных матриц и матриц конкурентных преимуществ		
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	4	
	1-2. Изучение законов, регламентирующих конкуренцию в России.		
Тема 1.12. Конкурентоспособность товара и фирмы	<b>Содержание</b>	<b>11</b>	
	1. Конкурентоспособность товара и фирмы. Понятие конкурентоспособности товара. Показатели конкурентоспособности товара. Показатели потребительской полезности товара.	2	2
	<b>Практические занятия</b>	4	
	1-2. Анализ маркетинговой среды торговой организации в городе Челябинске.		
	<b>Практическая подготовка</b>	6	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	5	

	1-2. Изучение конкурентных преимуществ организации на конкретном примере 3. Работа с тренажерами в электронном учебном пособии		
--	---	--	--

1	2	3	4
Тема 1.13. Оценка конкурентоспособности товара	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1. Оценка конкурентоспособности товара. Методы оценки конкурентоспособности товара в зависимости от выбранной базы сравнения.	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	4	
	1-2. Оценка конкурентоспособности товара.		
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>6</b>	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа</b>	-	
<b>МДК 02.04 Маркетинговые исследования рынка</b>		<b>70</b>	
<b>Раздел 1 Введение и первые этапы маркетинговых исследований</b>		<b>4</b>	
Тема 1.1 Сущность, определение проблемы и подхода к проведению маркетинговых исследований	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	
	1. Сущность, определение проблемы и подхода к проведению маркетинговых исследований. Введение в маркетинговые исследования. Классификация маркетинговых исследований. Роль маркетинговых исследований в маркетинговой информационной системе и системе поддержки принятия решений. Маркетинговые исследования: кто и как их проводит. Процесс маркетинговых исследований. Значение определения проблемы маркетингового исследования. Процесс определения проблемы и разработки подхода. Факторы внешней и внутренней среды. Управленческая и маркетинговая проблемы. Определение проблемы маркетингового исследования. Подход к проведению маркетинговых исследований: компоненты	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Решить кейс «Конкуренция среди ресторанов быстрого питания»		
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельные работы</b>	-	

1	2	3	4
<b>Раздел 2 Разработка плана исследования</b>		<b>38</b>	
Тема 2.1 План и поисковые маркетинговые исследования: вторичная информация	<b>Содержание</b> 1. План и поисковые маркетинговые исследования: вторичная информация. План маркетингового исследования. Поисковое исследование. Deskриптивное исследование. Причинно-следственное исследование. Взаимосвязь поискового, декриптивного и причинно-следственного типов маркетингового исследования. Потенциальные источники ошибок маркетингового исследования. Составление бюджета и графика проекта. Предложение о проведении маркетингового исследования. Первичная и вторичная информация. Методика сбора вторичной информации. Классификация вторичной информации. Синдцированные источники вторичной информации	6 2	2
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Определение целей, задач и источников информации в маркетинговом исследовании		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Самостоятельные работы</b>	2	
	1. Решить кейс «Анализ рынка бытовой техники»		
Тема 2.2 Поисковые маркетинговые исследования: качественные исследования	<b>Содержание</b> 1. Поисковые маркетинговые исследования: качественные исследования. Первичная информация: качественные или количественные исследования. Классификация методов качественного исследования. Фокус-группы. Глубинное интервью. Проекционные методы	6 2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Решить кейс «Победит ли компания «KFC» в конкурентной борьбе в Китае		
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельные работы</b>	2	
	1. Решить кейс «Фокус группа по продуктам быстрого приготовления»		

1	2	3	4
Тема 2.3 Дескриптивные маркетинговые исследование: опрос и наблюдение	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	
	1. Дескриптивные маркетинговые исследование: опрос и наблюдение. Опрос. Методы наблюдения. Сопоставление методов опроса и наблюдения	2	2
	<b>Практическое занятие</b>	2	
	1. Решить кейс «Может ли компания «Whirlpool» расширить свое присутствие на рынке Европы»		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	4	
	<b>Самостоятельные работы</b>	-	
Тема 2.4 Причинно-следственное маркетинговое исследование: эксперимент	<b>Содержание</b>	2	
	1. Причинно-следственное маркетинговое исследование: эксперимент. Суть причинно-следственной связи. Понятия и определения. Специальные обозначения. Достоверность эксперимента. Контроль посторонних факторов. Классификация моделей эксперимента	2	2
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	2	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельные работы</b>	-	
Тема 2.5 Измерение и шкалирование: метод сравнительного и несравнительного шкалирования	<b>Содержание</b>	2	
	1. Измерение и шкалирование: метод сравнительного и несравнительного шкалирования. Измерение и шкалирование. Основные типы шкал. Сопоставление методов шкалирования. Методы сравнительного шкалирования. Вербальные протоколы. Методы несравнительного шкалирования. Проблемы разработки несравнительных детализированных рейтинговых шкал. Многомерные шкалы	2	2
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	2	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельные работы</b>	-	

1	2	3	4
Тема 2.6 Разработка анкеты и форм для записи результатов наблюдения	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	1. Разработка анкеты и форм для записи результатов наблюдения. Анкета. Процесс разработки анкеты. Формы записи результатов наблюдения	2	<b>2</b>
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Разработка анкеты для проведения опроса Кондитерской фабрики «Заря»		
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельные работы</b>	4	
	1. Решить кейс «Использование различных типов шкал в анкете по изучению предпочтений обуви»		
	2. Решить кейс «Изучение предпочтений потребителей сухих завтраков»		
Тема 2.7 Выборка	<b>Содержание</b>	<b>10</b>	
	1. Выборка. Выборка. Методы выборки. Детерминированный метод выборки. Вероятностный метод выборки. Проблема ненаблюдения при выборке	2	<b>2</b>
	<b>Практические занятия</b>	2	
	1. Определение объема генеральной совокупности и выборки		
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>4</b>	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Самостоятельные работы</b>	6	
	1. Решить кейс «Оценка перспектив создания диагностической лаборатории»		
	2. Решить кейс «Продвижение нового продукта на рынок»		
	3. Решить кейс «Расчет объемов выборки»		
<b>Раздел 3 Сбор, подготовка и анализ данных</b>		<b>16</b>	

1	2	3	4
Тема 3.1 Полевые работы, подготовка данных к анализу	<b>Содержание</b>	<b>16</b>	
	1. Полевые работы, подготовка данных к анализу. Суть полевых работ. Процесс полевых работ. Процесс подготовки данных к анализу	2	<b>2</b>
	<b>Практические занятия</b>	-	
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>2</b>	
	<b>Самостоятельные работы</b>	14	
	1. Решить кейс «Оценка емкости рынка мясных продуктов»	2	
	2. Вариационный ряд, таблицы сопряженности признаков и проверка гипотез	2	
	3-4. Дисперсионный и ковариационный анализ	4	
	5. Корреляция и регрессия	2	
	6. Дискриминантный анализ	2	
	7. Факторный и кластерный анализы	2	
<b>Раздел 4 Отчет о результатах маркетинговых исследований</b>		<b>12</b>	
Тема 4.1 Подготовка отчета о результатах маркетинговых исследований и его презентация	<b>Содержание</b>	<b>12</b>	
	1. Подготовка отчета о результатах маркетинговых исследований и его презентация. Подготовка отчета. Устная презентация	2	<b>2</b>
	<b>Практические занятия</b>	8	
	1-2. Составление отчета о проведенном маркетинговом исследовании		
	3-4. Проведение маркетингового исследования наручных часов		
	<b>Лабораторные работы</b>	-	
	<b>Практическая подготовка</b>	<b>10</b>	
	<b>Самостоятельные работы</b>	2	
	1. Этика маркетинговых исследований		



<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)</b> <b>Примерная тематика курсовых работ (проектов) по модулю:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ рынка на примере торговой организации.</li> <li>2. Анализ макро- и микросреды торговой организации.</li> <li>3. Исследование предпочтений потребителей на примере торговой организации.</li> <li>4. Анализ покупательских сегментов на примере торговой организации.</li> <li>5. Анализ отношения потребителей к торговой организации.</li> <li>6. Анализ конкурентов торговой организации.</li> <li>7. Анализ конкурентоспособности товара торговой организации</li> <li>8. Маркетинговый анализ конкурентоспособности торговой организации методом SWOT-анализа.</li> <li>9. Роль и анализ упаковки товара конкретной торговой организации или торговой марки.</li> <li>10. Анализ фирменного стиля организации и особенности его формирования.</li> <li>11. Анализ позиционирования продукции торговой организации на рынке.</li> <li>12. Анализ основных направлений связей с общественностью в торговой организации.</li> <li>13. Анализ рекламной деятельности торговой организации.</li> <li>14. Определение эффективности рекламных мероприятий</li> <li>15. Анализ средств продвижения продукции торговой организации.</li> <li>16. Анализ реакции потребителей на маркетинговые средства конкурентов</li> <li>17. Анализ торговых посредников предприятия</li> <li>18. Анализ комплекса маркетинга торговой организации</li> <li>19. Анализ средств стимулирования сбыта торговой организации</li> <li>20. Анализ каналов сбыта предприятия</li> <li>21. Проведение маркетингового исследования в торговой организации</li> </ol>	<b>20</b>	
<b>Практическая подготовка</b>	<b>20</b>	

<p><b>Учебная практика</b>  <b>Виды работ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Решение практических ситуаций по учету хозяйственных операций коммерческого предприятия и составление бухгалтерской (финансовой) отчетности:</li> <li>– Составление бухгалтерского баланса предприятия по состоянию на 01.01.т.г. Составление корреспонденцию счетов за январь месяц на основании хозяйственных операций. Открытие схем счетов, запись начальных остатков по счетам разноска совершенных операций по счетам.</li> <li>– Подсчет оборотов по счетам за январь месяц и сальдо на конец месяца</li> <li>– Составление оборотной ведомости за январь Составление счетов-фактур, заполнение книги покупок и книги продаж за январь месяц</li> <li>– Составление корреспонденцию счетов за февраль месяц на основании хозяйственных операций</li> <li>– Разноска операций по счетам, подсчет оборотов и сальдо на конец месяца, составление оборотной ведомости за февраль</li> <li>– Составление счетов-фактур, заполнение книги покупок и книги продаж за февраль месяц</li> <li>– Составление корреспонденции счетов за март месяц на основании хозяйственных операций е книги покупок и книги продаж за февраль месяц</li> <li>– Разноска операций по счетам, подсчет оборотов и сальдо на конец месяца, составление оборотной ведомости за март</li> <li>– Составление счетов-фактур, заполнение книги покупок и книги продаж за март месяц.</li> <li>– Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности, исчисление налогов и сборов</li> </ul>	36	
<p><b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>  <b>Виды работ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникациях;</li> <li>– выявление, формирование и удовлетворение потребностей потребительского спроса;</li> <li>– оценка конкурентоспособности товаров;</li> <li>– проведение маркетинговых исследований рынка</li> <li>– анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;</li> <li>– контроль результатов и планирование коммерческой деятельности;</li> <li>– выявление потребностей (спроса на товары);</li> <li>– анализ маркетинговой среды организации;</li> <li>– обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижение на рынке с использованием коммуникационных технологий;</li> </ul>	72	

<ul style="list-style-type: none"> <li>– реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</li> <li>– проверка правильности составления организационно-распорядительной, товаросопроводительной и иных документов с использованием автоматизированных систем.</li> </ul>		
<b>ВСЕГО</b>	<b>459</b>	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Финансов, налогов и налогообложения», «Маркетинга» и лаборатория «Информационных технологий в профессиональной деятельности».

1. Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов «Финансов, налогов и налогообложения», «Маркетинга»:

- рабочее место преподавателя;
  - рабочие места, оборудованные персональными компьютерами по числу обучающихся;
  - программное обеспечение (MS Office, КонсультантПлюс, электронные учебные пособия «Финансы» Ю.С. Фомина, «Налоги и налогообложение» О.А. Занова, «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» Ю.С. Фомина, «Маркетинг и маркетинговые исследования рынка» Ю.С. Фомина, слайд-фильмы, локальная компьютерная сеть, Интернет);
  - учебно-методическое обеспечение (учебно-методическое пособие, рабочая тетрадь, методические указания);
  - классная доска;
  - натурные образцы.
- Технические средства обучения:
- мультимедиа;
  - экран.

2. Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:

- «Информационных технологий в профессиональной деятельности»:  
компьютеры, принтер, сканер, модем (спутниковая система), проектор, программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику (2 недели, 72 часа), которые рекомендуется проводить концентрированно.

## **4.2. Информационное обеспечение обучения**

### **Перечень нормативных актов, методических документов, учебной литературы**

**Основные источники:**

1. Иванова Т.М. Финансы, денежное обращение и кредит/ ФГОУ СПО (ССУЗ) «ЧКИИТиЭ»-2012
2. Фомина Ю.С. Электронное учебное пособие ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.,МДК 02.01. Финансы налоги и налогообложение /ГБОУ СПО (ССУЗ) «ЧКИПТиХП»/-2015г
3. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Поляк [и др.] ; под редакцией Г. Б. Поляка, Е. Е. Смирновой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 385 с. — (Профессиональное образование).
4. Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Г. Пансков, Т. А. Левочкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 319 с. — (Профессиональное образование).
5. Налоги и налогообложение. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Г. Черник [и др.] ; под редакцией Д. Г. Черника, Ю. Д. Шмелёва. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 384 с. — (Профессиональное образование).
6. Черник, Д. Г. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. Г. Черник, Ю. Д. Шмелёв ; под редакцией Д. Г. Черника. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование).
7. Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Пансков. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 436 с. — (Профессиональное образование).
8. Фомина Ю.С. Электронное учебное пособие ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.,МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности /ГБОУ СПО (ССУЗ) «ЧКИПТиХП»/-2015г
9. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 135 с. — (Профессиональное образование).
10. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Профессиональное образование).
11. Фомина Ю.С. Электронное учебное пособие ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.,МДК 02.03. Маркетинг /ГБОУ СПО (ССУЗ) «ЧКИПТиХП»/-2015г
12. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование).
13. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 277 с. — (Профессиональное образование).
14. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Профессиональное образование).

15. Фомина Ю.С. Электронное учебное пособие ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.,МДК 02.04. Маркетинговые исследования /ГБОУ СПО (ССУЗ) «ЧКИПТиХП»/-2015г
16. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Профессиональное образование).
17. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 224 с. — (Профессиональное образование).

#### Дополнительные источники:

18. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07 февраля 1992 г. (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп.)
19. Закон РФ «О рекламе» от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм. от 03.07.2016)
20. Закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27 июля 2006г. №149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) (с изм. и доп.)
21. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 06.07.2016) (с изм. и доп.).
22. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп.).
23. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 03.07.2016).
24. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 23.05.2016) «О бухгалтерском учете» (с изм. и доп.).
25. Басаков, М.И. Документационное обеспечение управления (Делопроизводство): учебник. – Ростов н/Дону: Феникс, 2013. – 352 с
26. Братухина О.А. Методология, методика и практика исчисления налогов. Учебное пособие для ССУЗов. – Ростов н/Д: Финансы, 2013.
27. Бурмистрова, Л.М. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2013. – 240 с
28. Гаврилова, А.Н. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие / А.Н. Гаврилова, А.А. Попов. – М.: Кнорус, 2013. – 608 с
29. Герасимов, Б.И. Маркетинговый анализ: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Т.М. Коновалова, Н.И. Саталкина, Г.И. Терехова. - Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2013. – 88 с
30. Годин, А.М. Маркетинг [Текст]: учебник / А.М. Годин. – М.: Дашков и К, 2014. – 656 с.
31. Гончарова, И.В. Маркетинговые исследования: практикум / И.В. Гончарова, И.В. Шилова. - Воронеж: Воронежский государственный университет, 2013. – 50 с.
32. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / В.Д. Грибов, В.Л. Грузинов, В.А. Кузьменко. – М.: Кнорус, 2013. – 416 с
33. Губина, О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст]: учебник / О.В. Губина, В.Е. Губин. – М.: Инфра-М, 2013. – 340 с.
34. Данченко, Л.А. Маркетинг. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2014. – 486 с
35. Дьяченко, А.В. Маркетинговые технологии: практикум: учебное пособие / А.В. Дьяченко, О.Е. Ежова, С.В. Федорова. - Волгоград: ВолГУ, 2014. – 82 с.
36. Екимова, К.В. Финансы организаций (предприятий): учебник / К.В. Екимова, Т.В. Шубина. – М.: Инфра-М, 2014. – 384 с
37. Канке, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебное пособие / А.А. Канке, И.П. Кошечкина. – М.: Инфра-М, 2013. – 288 с.

38. Карпова, С.В. Основы маркетинга: учебник / С.В. Карпова, И.А. Фирсова. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 286 с
39. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст]: учебник / Ф. Котлер, Кевин Лейн Келлер. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
40. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник. – М.: Новое знание, 2013. – 512 с
41. Кузнецов, И.Н. Документационное обеспечение управления и делопроизводство: учебник. – М.: Юрайт, 2014. – 576 с
42. Лапута, М.Г. Финансы организаций (предприятий): учебник / М.Г. Лапута, Т.Ю. Мазурина, Л.Г. Скамай. – М.: Инфра-М, 2013. – 576 с
43. Лупей, Н.А. Финансы торговых организаций: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 144 с
44. Лысенко, Ю.В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учебное пособие / Ю.В. Лысенко, М.В. Лысенко, Э.Х. Таипова. – СПб.: Питер, 2013. – 416 с
45. Малхотра, Н.К. Маркетинговые исследования: практическое руководство / Н.К. Малхотра. – М.: Вильямс, 2015. – 960 с.
46. Мельник, М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник / М.В. Мельник, Е. Б. Герасимова. – М.: Форум, 2014. – 192 с.
47. Никитина, Н.В. Финансы организаций: учебное пособие / Н.В. Никитина, С.С. Старикова. – М.: Флинта, 2013. – 368 с
48. Новашина, Т.С. Экономика и финансы предприятия: учебник. – М.: Синергия, 2014. – 352 с
49. Панкрухин, А.П. Маркетинг: учебник. – М.: Омега-Л, 2013. – 656 с
50. Пястолов, С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст]: учебное пособие / С.М. Пястолов. – М.: Академия, 2013. – 384 с.
51. Резник, Г.А. Введение в маркетинг [Текст]: учебник / Г.А. Резник. – М.: Инфра-М, 2014. – 208 с.
52. Синяева, И.М. Маркетинг в коммерции [Текст]: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. – М.: Дашков и К, 2014. – 548 с.
53. Соколова, Н.Г. Основы маркетинга: практикум. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 378 с
54. Фионова, Л.Р. Документационное обеспечение маркетинговой деятельности предприятия: методические указания к лабораторным работам / Л.Р. Фионова, В.В. Усманов, И.В. Усманова, М.А. Катышева. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2013. – 78 с.
55. Цахаев, Р.К. Маркетинг: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – М.: Дашков и К, 2013. – 550 с
56. Чалдаева, Л. Финансы. Учебник и практикум: учебник. – М.: Юрайт, 2014. – 550 с
57. Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 368 с.

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

Обязательным условием допуска к учебной и производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» является освоение профессиональных навыков и умений в ходе выполнения заданий практических занятий и выполнение курсовой работы.

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

**Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):**

Наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), прошедших стажировку на базовых предприятиях (не реже 1-го раза в 3 года).

**Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой**

**Инженерно-педагогический состав:** дипломированные специалисты-преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин «Статистика», «Документационное обеспечение управления», «Экономика организации», «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

**Мастера:** наличие 5-6 квалификационного разряда с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной среды является обязательным.



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

Образовательная организация, реализующая подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается промежуточной аттестацией, которую проводит экзаменационная комиссия. В состав экзаменационной комиссии могут входить представители общественных организаций обучающихся.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательной организацией и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательными организациями создаются фонды оценочных средств (ФОС).

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
1	2	3
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация знаний сущности, функций и роли финансов в экономике, сущности и функции денег и денежного обращения;</li> <li>- демонстрация знаний финансирования и денежно-кредитной политики, финансового планирования и методов финансового контроля;</li> <li>- демонстрация умений контролировать результаты и планирование коммерческой деятельности;</li> <li>- демонстрация умений проводить учет товаров;</li> <li>- участие в инвентаризации</li> </ul>	<p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p>

1	2	3
ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация знаний порядка оформления организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов;</li> <li>- умение проверки правильного составления организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных документов с использованием автоматизированных систем;</li> </ul>	<p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p>
ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация знаний методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: целей, задач, методов, приемов, видов;</li> <li>- демонстрация умений рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов</li> </ul>	<p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p>
ПК 2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация знаний основных экономических показателей работы организации;</li> <li>- демонстрация умений определять основные экономические показатели работы организации, цену, заработную плату</li> </ul>	<p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p>
ПК 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация знаний составных элементов маркетинговой деятельности: целей, задач, принципов, функций, объектов, субъектов;</li> <li>- знание средств: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров;</li> <li>- демонстрация умений выявлять потребности (спрос на товары);</li> </ul>	<p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p>

1	2	3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация умений выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</li> <li>- демонстрация умений проводить рекламные акции и кампании, другие маркетинговые коммуникации</li> </ul>	<p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p>
ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация знаний маркетинговых коммуникаций и их характеристики;</li> <li>- демонстрация умений оценивать конкурентоспособность товаров;</li> <li>- демонстрация умений обеспечения распределения через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием коммуникационных технологий</li> </ul>	<p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p>
ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация умений проводить маркетинговые исследования рынка;</li> <li>- демонстрация умений реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</li> <li>- демонстрация знаний методов изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>- демонстрация знаний этапов маркетинговых исследований и их результата;</li> <li>- демонстрация знаний управления маркетингом</li> </ul>	<p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p>
ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация знаний конкурентной среды, видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности;</li> <li>- демонстрация умений анализировать маркетинговую среду организации;</li> </ul>	<p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p>

1	2	3
	- демонстрация умений оценивать конкурентоспособность товаров	<i>Экспертная оценка на практическом занятии</i>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация умений пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;</li> <li>- демонстрация умений оформлять финансовые документы и отчеты;</li> <li>- демонстрация умений рассчитывать основные налоги;</li> <li>- демонстрация умений осуществлять денежные расчеты;</li> <li>- демонстрация умений анализировать показатели финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;</li> <li>- демонстрация знаний организации налоговой службы;</li> <li>- демонстрация знаний функции и классификации налогов;</li> <li>- демонстрация знаний основных положений налогового законодательства;</li> <li>- демонстрация знаний методики расчета основных видов налогов;</li> <li>- демонстрация знаний основных показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</li> </ul>	<p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Тестирование</i></p> <p><i>Тестирование</i></p>
		<p><i>Итоговый контроль по ПМ: по очной форме обучения: Производственная практика - дифференцированный зачет Экзамен (квалификационный) по ПМ По заочной форме обучения:</i></p>

		МДК02.01 – дифференцированный зачет МДК02.02 – дифференцированный зачет МДК02.03 – дифференцированный зачет МДК02.04 – экзамен Экзамен (квалификационный) по ПМ
--	--	---

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели результатов подготовки</b>	<b>Формы и методы контроля</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация интереса к будущей профессии	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по производственной практике</i>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области организации розничной торговли; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по производственной практике</i>
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по производственной практике</i>
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач и личного развития	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по производственной практике</i>
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, потребителями	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по производственной практике</i>
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- планирование обучающимися повышения личного и квалификационного уровня; - организация самостоятельных занятий при освоении профессионального модуля	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по производственной практике</i>
ОК 10 Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	- соблюдение правил изложения устной и письменной речи	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по производственной практике</i>
ОК 12 Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	- соблюдение действующего законодательства и требований нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по производственной практике</i>

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

<b>Процент результативности (правильных ответов)</b>	<b>Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений</b>	
	<b>балл (отметка)</b>	<b>вербальный аналог</b>
90 ч 100	5	отлично
80 ч 89	4	хорошо
70 ч 79	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений экзаменационной комиссией определяется интегральная оценка освоенных обучающими профессиональных и общих компетенций как результатов освоения профессионального модуля.

**Разработчики:**

ГБПОУ «ЮУГК»

преподаватель: \_\_\_\_\_ М.А.Редреева

Н.В. Гунько