

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 16.12.2022 15:02:42
Уникальный программный ключ:
672b4df4e1ca30b0f6cad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79

**АККРЕДИТОВАННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
МФЮА»**

СОГЛАСОВАНО
Протокол согласования с
ООО «Рандеву»
от 17 мая 2021 г.

Утверждаю
Ректор МФЮА

А.Г.Забелин
31.05.2021


РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

для специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)
базовой подготовки

2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена на заседании кафедры экономики и менеджмента

Протокол от 17 мая 2021 г. № 5

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного приказом Минобрнауки России от 15.05.2014 № 539 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 25.06.2014, регистрационный № 32855)

Заведующий кафедрой: к.э.н., доцент Родина Е.Е.

Разработчик: Задворнева Е.П., к.э.н.

Эксперты:

Внутренняя экспертиза: Николаева Н.Н., начальник УМО СПО

Внешняя экспертиза: Акжигитова А.Н., начальник отдела, ФГУП ЦНИИ «Центр» Минпромторг России

СОДЕРЖАНИЕ

| | стр. |
|---|------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 4 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 6 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 9 |
| 4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 25 |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 35 |

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения вида деятельности (ВД): **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и соответствующих профессиональных компетенций:

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

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

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

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

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

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации;

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

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

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в профессиональной переподготовке менеджеров по продажам.

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

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

иметь практический опыт:

- оформления финансовых документов и отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- выявления потребностей (спроса) на товары;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации.

уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

знать:

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежно-го обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчетов основных видов налогов;
- методологические основы финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего 410 часов.

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 338 часов, включая:

обязательную аудиторную учебную нагрузку – 227 часов;

в т. ч. теоретической – 131 час;

самостоятельную работу обучающегося – 111 часов;

производственной практики (по профилю специальности) – 2 недели (72 ч), в том числе в форме практической подготовки – 2 недели (72 ч).

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности (ВД) **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), 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 |

Требования к формированию личностных результатов

| Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы) | Код личностных результатов реализации программы воспитания |
|---|---|
| Осознающий себя гражданином и защитником великой страны. | ЛР 1 |
| Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций. | ЛР 2 |
| Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. | ЛР 3 |
| Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионально конструктивного «цифрового следа». | ЛР 4 |
| Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России. | ЛР 5 |
| Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях. | ЛР 6 |
| Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. | ЛР 7 |
| Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства. | ЛР 8 |
| Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях. | ЛР 9 |
| Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой. | ЛР 10 |
| Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. | ЛР 11 |
| Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания. | ЛР 12 |
| Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности | |
| Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределен- | ЛР 13 |

| | |
|---|--------------|
| ности | |
| Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость | ЛР 14 |
| Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий | ЛР 15 |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы (очная форма обучения)

| Код компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего часов | В том числе в форме практической подготовки | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | | | Практика | | |
|---|--|-------------|---|---|--|---|-------------------------------------|---|----------------|--|----|
| | | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Учебная, часов | Производственная (по профилю специальности), часов | |
| | | | | Всего, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | Всего, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | | | |
| 1 | 2 | 3 | | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 | МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение | 124 | | 83 | 31 | | 41 | | | | |
| ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.2-2.4 | МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | 94 | 23 | 63 | 23 | - | 31 | - | - | - | |
| ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 - 2.9 | МДК 02.03. Маркетинг | 120 | | 81 | 42 | | 39 | | | | |
| Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки | | 72 | 72 | - | | | | | | | 72 |
| Всего: | | 410 | 95 | 227 | 96 | | 111 | | | 72 | |

3.2. Объем профессионального модуля и виды учебной работы (заочная форма обучения)

| Код компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего часов | В том числе в форме практической подготовки | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | | | Практика | |
|---|--|-------------|---|---|--|---|-------------------------------------|---|----------------|--|
| | | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Учебная, часов | Производственная (по профилю специальности), часов |
| | | | | Всего, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | Всего, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 | МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение | 124 | | 26 | 10 | | 98 | | - | - |
| ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.2-2.4 | МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | 94 | 4 | 14 | 4 | - | 80 | - | | |
| ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 - 2.9 | МДК 02.03. Маркетинг | 120 | | 14 | 4 | | 106 | | - | - |
| Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки | | 72 | 72 | | | | | | | 72 |
| Всего: | | 410 | 76 | 52 | 18 | | 286 | | | 72 |

3.3. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект) | Объем часов | Уровень усвоения | |
|---|---|---|------------------|----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | |
| МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение | | 124 | | |
| Ведение | Цели, задачи и структура профессионального модуля. Последовательность освоения профессиональных компетенций. Требования к уровню знаний и умений. Краткая характеристика основных разделов модуля | 2 | 2 | |
| Тема 1.1. Финансы и денежное обращение | Содержание | 14 | 2 | |
| | 1 | Сущность, функции и роль финансов в экономике Назначение и функции финансов в процессе общественного производства. | | |
| | 2 | Деньги: происхождение, сущность виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений | | |
| | 3 | Сущность денежного обращения. Денежная система Российской Федерации. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера | | |
| | 4 | Сущность и функции финансов, их роль в экономике предприятия. Управление финансами, финансовая система РФ | | |
| | 5 | Финансовая политика государства в современных условиях: бюджетная политика, налоговая политика, страховая политика, валютная политика, политика в сфере государственного долга | | |
| | 6 | Бюджет и бюджетная система РФ: социально-экономическая сущность бюджета, федеральный бюджет, бюджет субъекта РФ, местный бюджет | | |
| | 7 | Доходы и расходы бюджета, бюджетный процесс, контроль за исполнением бюджетов. | | |
| | Практические занятия | | 10 | 3 |
| | 1 | Составление отчета о прибылях и убытках юридических лиц | | |
| 2 | Изучение и оформление платежных документов предприятий | | | |
| Тема 1.2. Налоги и налогообложение | Содержание | 36 | 2 | |
| | 1 | Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы Министерства финансов РФ | | |
| | 2 | Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов | | |
| | 3 | Федеральные, региональные и местные налоги | | |
| | 4 | Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы | | |
| | 5 | Налоговый контроль, права и обязанности налогоплательщиков, налоговые преступления | | |
| | 6 | Налоговые санкции за нарушение законодательства о налогах и сборах | | |
| | 7 | Методика расчета налога на доходы физических лиц. | | |
| | 8 | Налоговые вычеты. Налоговая декларация | | |
| 9 | Методика расчета налога на прибыль | | | |

| | | | | |
|---|--|--|-----------|----------|
| | 10 | Методика расчета налога на добавленную стоимость | | |
| | 11 | Методика расчета налога на имущество организаций | | |
| | 12 | Методика расчета транспортного налога | | |
| | 13 | Акцизы: подакцизные товары, налоговая база, налоговый период, налоговые ставки | | |
| | 14 | Специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения, методика расчета единого налога на вмененный доход | | |
| | 15 | Отчисления во внебюджетные фонды | | |
| | Практические занятия | | 21 | 3 |
| | 1 | Изучение нормативно-правовых документов | | |
| | 2 | Расчет налога на доходы физических лиц | | |
| | 3 | Расчет транспортного налога. Расчет страховых взносов | | |
| | 4 | Расчет налога на добавленную стоимость | | |
| | 5 | Расчет налога на имущество. Расчет налога на прибыль организаций | | |
| Самостоятельная работа | | | 41 | 3 |
| Подготовка сообщения на тему: Роль налогообложения в финансово-хозяйственной деятельности. Органы финансового контроля, их функции. Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия. Решение задачи Подготовка реферата и презентации на тему: Нематериальные активы: понятие, сущность и порядок формирования Рынок ценных бумаг. Виды ценных бумаг Вексель. Назначение, характеристика, правила выпуска и обращения. Подготовка мини-проекта на тему: Ипотечный кредит: за и против | | | | |
| МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | | | 94 | |
| Введение в экономический анализ | Роль и место экономического анализа в хозяйственной деятельности коммерческой организации. Связь анализа с другими дисциплинами. | | 2 | 2 |
| Тема 1.3. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности | Содержание | | 10 | 2 |
| | 1 | Цели, задачи, методы, приемы и виды анализа финансово-хозяйственной деятельности. Предмет и объекты исследования в анализе | | |
| | 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 и др. | | |
| | 3 | Метод экономического анализа, характеристика его основных этапов. Резервы развития организации, их классификация и поиск в рамках экономического анализа | | |
| | 4 | Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации и изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов | | |
| | 5 | Сущность факторного анализа. Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности | | |

| | | | | |
|--|--|--|-----------|----------|
| | | организации | | |
| | Практические занятия | | | 3 |
| | | Выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности организации (предприятия) с использованием различных методов факторного анализа | 6 | |
| Тема 1.4. Информационное обеспечение, организация аналитической работы | Содержание | | 4 | 2 |
| | 1 | Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа Организация аналитической работы на предприятии. Методика аналитической работы. План и этапы аналитической работы: установление цели и объема экономического анализа, составление программы анализа, подбор и подготовка данных к анализу, проверка достоверности источников информации, приведение данных в сопоставимый вид | 4 | |
| | 2 | Группировка данных и составление графиков, диаграмм, аналитических таблиц Обобщение и оформление результатов анализа, составление пояснительных записок, принятие решений. Контроль над выполнением предложений по результатам анализа | | |
| Тема 1.5. Анализ деятельности организаций (предприятий), финансовых результатов деятельности | Содержание | | 24 | 2 |
| | 1 | Значение, задачи и информационное обеспечение анализа показателей деятельности предприятия. Анализ выполнения плана, динамики показателей реализации товаров, ритмичности и качества работы. Резервы увеличения показателей | 2 | |
| | 2 | Методика проведения анализа трудовых показателей: использование рабочего времени, уровня производительности труда и др. Факторный анализ влияния трудовых показателей на конечный результат деятельности организации | 2 | |
| | 3 | Методика и последовательность проведения анализа издержек. Анализ факторов, влияющих на уровень издержек, выявление резервов экономии издержек | 2 | |
| | 4 | Методика и последовательность проведения анализа валового дохода. Факторный анализ валового дохода, резервы роста показателя | 2 | |
| | 5 | Значение и задачи анализа финансовых результатов. Методика расчета показателей прибыли. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли организации. Факторный анализ прибыли | 2 | |
| | 6 | Анализ динамики рентабельности деятельности организации. Система показателей рентабельности и их взаимосвязь. Факторный анализ рентабельности деятельности предприятия | 2 | |
| | 7 | Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния | 2 | |
| | 8 | Анализ бухгалтерского баланса организации: значение, задачи, расчет структуры актива и пассива баланса | 2 | |
| | 9 | Анализ имущественного состояния предприятия и источников формирования имущества организации. Резервы лучшего использования имущества организации | 2 | |
| | 10 | Анализ и оценка платежеспособности предприятия. Анализ и оценка финансовой устойчивости организации | 4 | |
| 11 | Система коэффициентов финансовой устойчивости организации. Методика анализа финансовых коэффициентов. Анализ деловой активности организации. Резервы улучшения финансового состояния орга- | 2 | | |

| | | | | |
|--|--|--|----------|--|
| | низации | | | |
| | Практические занятия | 17 | 3 | |
| 1 | Выполнение анализа динамики основных показателей (изменений структуры ассортимента, качества работы и др.) | | | |
| 2 | Выполнение анализа издержек конкретной коммерческой организации | | | |
| 3 | Выполнение анализа валового дохода | | | |
| 4 | Выполнение анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий | | | |
| 5 | Выполнить расчет показателей структуры имущества и источников формирования имущества организации | | | |
| 6 | Выполнить расчет показателей ликвидности и платежеспособности | | | |
| 7 | Выполнение расчетов показателей финансовой устойчивости организации и сравнение с оптимальным значением этих показателей | | | |
| 8 | Выполнение расчетов показателей деловой активности организации | | | |
| Самостоятельная работа Работа с конспектами лекций. Работа с нормативными документами, учебной и специальной литературой. Выполнение индивидуальных заданий по оформлению документов, расчету налогов. Подготовка сообщений. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Выполнение расчётной работы. Использование методов экономического факторного анализа на практике: метод цепных подстановок. Изучение основных форм финансовой отчетности (отчета о финансовых результатах, бухгалтерского баланса предприятия и др.). Самостоятельное изучение: Процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта. Диагностика банкротства. Изучение типовых форм налоговых деклараций по основным видам налогов | | 31 | | |
| МДК 02.03. Маркетинг | | 120 | | |
| Тема 2.1. Теоретические основы маркетинга | Содержание | 9 | 2 | |
| | 1 | Предмет, цели, задачи МДК. Предмет маркетинга и связь его с другими дисциплинами. Цели и задачи маркетинга. Маркетинговая терминология | | |
| | 2 | История и основные этапы развития маркетинга. Социальные основы маркетинга – удовлетворение людских потребностей. | | |
| | 3 | Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. | | |
| | 4 | Маркетинг как одна из концепций, её сущность. Понятие социально-этического и мимотического маркетинга | | |
| | 5 | Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий | | |
| | 6 | Контроль и регулирование спроса в коммерческих организациях | | |
| | 7 | Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей | | |

| | | | | |
|--|-----------------------------|--|-----------|----------|
| | 8 | Модель покупательского поведения, характеристика факторов, формирующих покупательское поведение | | |
| | 9 | Субъекты маркетинга: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность | | |
| | 10 | Конъюнктура товарного рынка. Показатели, характеризующие конъюнктуру рынка. | | |
| | 11 | Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу | | |
| | 12 | Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микро-среда и контролируемые факторы | | |
| | 13 | Сущность макросреды, неконтролируемые факторы. Характеристика компонентов макросреды | | |
| | Практические занятия | | 14 | 3 |
| | 1 | Установление основных видов потребностей покупателей, товаров и услуг их удовлетворяющих. Решение проблемных ситуаций. | | |
| | 2 | Методы воздействия на уровень спроса на конкретном примере, в том числе в форме практической подготовки | | |
| | 3 | Моделирование покупательского поведения клиентов | | |
| | 4 | Решение ситуационных задач по анализу микросреды конкретного предприятия | | |
| | 5 | Анализ окружающей среды предприятия сферы услуг на конкретном примере | | |
| | 6 | Практическое применение принципов маркетинга | | |
| | 7 | Использование методов маркетинга в практической деятельности фирмы | | |
| Тема 2.2. Маркетинговая деятельность фирмы | Содержание | | 30 | 2 |
| | 1 | Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. | | |
| | 2 | Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. | | |
| | 3 | Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов | | |
| | 4 | Анализ маркетинговых возможностей фирмы. Использование формализованных приемов | | |
| | 5 | Обзор основных приемов выбора маркетинговой возможности фирмы | | |
| | 6 | Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. | | |
| | 7 | Позиционирование товара на рынке - выбор и реализация стратегии. | | |
| | 8 | Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов. | | |
| | 9 | Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов | | |
| | 10 | Товарная политика фирмы. Сущность понятия товар. Классификация товаров | | |
| | 11 | Принятие решения относительно товарного ассортимента, использования товарных марок, упаковки, маркировки и жизненного цикла товара (ЖЦТ) | | |
| | 12 | Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге | | |

| | | | | |
|--|-----------------------------|---|----|---|
| | 13 | Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен | | |
| | 14 | Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика - их цели и задачи | | |
| | 15 | Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта | | |
| | 16 | Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников. | | |
| | 17 | Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС). | | |
| | 18 | Характеристика компонентов ФОССТИС | | |
| | 19 | Анализ и оценка эффективности сбытовой политики | | |
| | 20 | Стратегия и планирование маркетинга. Этапы стратегического планирования | | |
| | 21 | Характеристика различных стратегий роста фирмы | | |
| | 22 | Основные пути развития компании в соответствии с анализом ситуации на рынке | | |
| | 23 | Годовой план маркетинга, содержание его разделов | | |
| | 24 | Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании маркетинговых коммуникаций | | |
| | 25 | Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка эффективности рекламы | | |
| | 26 | Бюджет рекламы. Организация рекламной кампании | | |
| | 27 | Связи с общественностью: общий обзор | | |
| | 28 | Разработка плана по формированию положительного общественного мнения о компании | | |
| | 29 | Система контроля в маркетинге: общий обзор | | |
| | 30 | Характеристика видов маркетингового контроля | | |
| | Практические занятия | | 28 | 3 |
| | 1 | Анализ маркетинговой информации. Решение ситуационных задач | | |
| | 2 | Составление опросного листа | | |
| | 3 | Проведение опроса и обработка его результатов | | |
| | 4 | Анализ целевого рынка. Решение ситуационных задач | | |
| | 5 | Сегментирование рынка определенного товара на основе географического и демографического принципа. | | |
| | 6 | Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа | | |
| | 7 | Осуществление оценки сильных и слабых сторон конкурентов - на примере конкретной компании. Позиционирование товара на рынке | | |
| | 8 | Формирование конкурентной стратегии - на примере конкретной ситуации в коммерческой фирме | | |
| | 9 | Решение ситуационных задач по ЖЦТ разных групп (категорий) | | |
| | 10 | Проведение анализа ценовой политики организации | | |
| | 11 | Решение ситуационных задач по формированию ценовой политики компании | | |
| | 12 | Построение каналов сбыта для конкретной коммерческой компании, в том числе в форме практической подготовки | | |
| | 13 | Выбор средства стимулирования сбыта – для конкретного товара или услуги | | |
| | 14 | Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффектив- | | |

| | | | |
|---|-------|------------|--|
| | ности | | |
| Самостоятельная работа 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. Подготовка к тестированию по тематике МД Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Рефераты: «Проблемы текущего столетия. Необходимость повышения уровня моральной и социальной ответственности»; «Маркетинговые стратегии рынков»; «Выбор конкурентов, которых следует атаковать и которых следует избегать»; «Установление цен по географическому признаку на примере России»; «Международное рекламное законодательство». Домашние задания: «Информация к размышлению: Nike (ответить на предложенный перечень вопросов); «Составить резюме к теме и перечень основных понятий»; «Составить резюме к статье «Иногда мнения эксперта бывают курьезными». «Составить анкету для проведения маркетингового исследования на любой выбранный студентом товар, услугу, вид деятельности»; «Анализ статьи: IBM – реструктуризация службы сбыта. Сделать вывод». | 39 | 3 | |
| Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки Виды работ: - оформление финансовых документов и отчетности; - проведение денежных расчетов; - выполнение расчета основных налогов; - выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; - выявление потребностей (спроса) на товары; - реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; - участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; - анализ маркетинговой среды организации | 72 | 3 | |
| ВСЕГО: | | 410 | |

Для характеристики уровня усвоения учебного материала целесообразно использовать следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный - (теоретический обзор материалов курса);
- 2 - репродуктивный - (выполнение заданий по практике);
- 3 - продуктивный - (самостоятельные творческие задания).

3.4. Тематический план профессионального модуля (заочная форма обучения)

| 2 | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект) | Объем часов | Уровень усвоения |
|---|---|-------------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение | | 124 | |
| Ведение | Цели, задачи и структура профессионального модуля. Последовательность освоения профессиональных компетенций. Требования к уровню знаний и умений. Краткая характеристика основных разделов модуля | 2 | 2 |

| | | | | |
|--|--|---|----------|----------|
| Тема 1.1. Финансы и денежное обращение | Содержание | | 6 | 2 |
| | 1 | Сущность, функции и роль финансов в экономике Назначение и функции финансов в процессе общественного производства. | | |
| | 2 | Деньги: происхождение, сущность виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений | | |
| | 3 | Сущность денежного обращения. Денежная система Российской Федерации. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера | | |
| | 4 | Сущность и функции финансов, их роль в экономике предприятия. Управление финансами, финансовая система РФ | | |
| | 5 | Финансовая политика государства в современных условиях: бюджетная политика, налоговая политика, страховая политика, валютная политика, политика в сфере государственного долга | | |
| | 6 | Бюджет и бюджетная система РФ: социально-экономическая сущность бюджета, федеральный бюджет, бюджет субъекта РФ, местный бюджет | | |
| | 7 | Доходы и расходы бюджета, бюджетный процесс, контроль за исполнением бюджетов. | | |
| | Практические занятия | | 4 | 3 |
| | 1 | Составление отчета о прибылях и убытках юридических лиц | | |
| 2 | Изучение и оформление платежных документов предприятий | | | |
| Тема 1.2. Налоги и налогообложение | Содержание | | 8 | 2 |
| | 1 | Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы Министерства финансов РФ | | |
| | 2 | Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов | | |
| | 3 | Федеральные, региональные и местные налоги | | |
| | 4 | Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы | | |
| | 5 | Налоговый контроль, права и обязанности налогоплательщиков, налоговые преступления | | |
| | 6 | Налоговые санкции за нарушение законодательства о налогах и сборах | | |
| | 7 | Методика расчета налога на доходы физических лиц. | | |
| | 8 | Налоговые вычеты. Налоговая декларация | | |
| | 9 | Методика расчета налога на прибыль | | |
| | 10 | Методика расчета налога на добавленную стоимость | | |
| | 11 | Методика расчета налога на имущество организаций | | |
| | 12 | Методика расчета транспортного налога | | |
| | 13 | Акцизы: подакцизные товары, налоговая база, налоговый период, налоговые ставки | | |
| | 14 | Специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения, методика расчета единого налога на вмененный доход | | |
| | 15 | Отчисления во внебюджетные фонды | | |
| | Практические занятия | | 6 | 3 |
| 1 | Изучение нормативно-правовых документов | | | |
| 2 | Расчет налога на доходы физических лиц | | | |

| | | | | |
|---|---|--|-----------|----------|
| | 3 | Расчет транспортного налога. Расчет страховых взносов | | |
| | 4 | Расчет налога на добавленную стоимость | | |
| | 5 | Расчет налога на имущество. Расчет налога на прибыль организаций | | |
| Самостоятельная работа | | | 98 | |
| Подготовка сообщения на тему: Роль налогообложения в финансово-хозяйственной деятельности. Органы финансового контроля, их функции. Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия. Решение задачи Подготовка реферата и презентации на тему: Нематериальные активы: понятие, сущность и порядок формирования Рынок ценных бумаг. Виды ценных бумаг Вексель. Назначение, характеристика, правила выпуска и обращения. Подготовка мини-проекта на тему: Ипотечный кредит: за и против | | | | |
| МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | | | 94 | |
| Введение в экономический анализ | Роль и место экономического анализа в хозяйственной деятельности коммерческой организации. Связь анализа с другими дисциплинами. | | 1 | 2 |
| Тема 1.3. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности | Содержание | | 1 | 2 |
| | 1 | Цели, задачи, методы, приемы и виды анализа финансово-хозяйственной деятельности. Предмет и объекты исследования в анализе | | |
| | 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 и др. | | |
| | 3 | Метод экономического анализа, характеристика его основных этапов. Резервы развития организации, их классификация и поиск в рамках экономического анализа | | |
| | 4 | Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации и изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов | | |
| | 5 | Сущность факторного анализа. Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности организации | | |
| | Практические занятия | | | 3 |
| | Выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности организации (предприятия) с использованием различных методов факторного анализа | | 1 | |
| Тема 1.4. Информационное обеспечение, организация аналитической работы | Содержание | | 2 | 2 |
| | 1 | Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа Организация аналитической работы на предприятии. Методика аналитической работы. План и этапы аналитической работы: установление цели и объема экономического анализа, составление программы анализа, подбор и подготовка данных к анализу, проверка достоверности источников информации, при- | | |

| | | | | |
|--|--|---|----------|----------|
| | | ведение данных в сопоставимый вид | | |
| | 2 | Группировка данных и составление графиков, диаграмм, аналитических таблиц Обобщение и оформление результатов анализа, составление пояснительных записок, принятие решений. Контроль над выполнением предложений по результатам анализа | | |
| Тема 1.5. Анализ деятельности организаций (предприятий), финансовых результатов деятельности | Содержание | | 6 | 2 |
| | 1 | Значение, задачи и информационное обеспечение анализа показателей деятельности предприятия. Анализ выполнения плана, динамики показателей реализации товаров, ритмичности и качества работы. Резервы увеличения показателей | | |
| | 2 | Методика проведения анализа трудовых показателей: использование рабочего времени, уровня производительности труда и др. Факторный анализ влияния трудовых показателей на конечный результат деятельности организации | 1 | |
| | 3 | Методика и последовательность проведения анализа издержек. Анализ факторов, влияющих на уровень издержек, выявление резервов экономии издержек | | |
| | 4 | Методика и последовательность проведения анализа валового дохода. Факторный анализ валового дохода, резервы роста показателя | | |
| | 5 | Значение и задачи анализа финансовых результатов. Методика расчета показателей прибыли. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли организации. Факторный анализ прибыли | 1 | |
| | 6 | Анализ динамики рентабельности деятельности организации. Система показателей рентабельности и их взаимосвязь. Факторный анализ рентабельности деятельности предприятия | 1 | |
| | 7 | Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния | 1 | |
| | 8 | Анализ бухгалтерского баланса организации: значение, задачи, расчет структуры актива и пассива баланса | 1 | |
| | 9 | Анализ имущественного состояния предприятия и источников формирования имущества организации. Резервы лучшего использования имущества организации | | |
| | 10 | Анализ и оценка платежеспособности предприятия. Анализ и оценка финансовой устойчивости организации | | |
| | 11 | Система коэффициентов финансовой устойчивости организации. Методика анализа финансовых коэффициентов. Анализ деловой активности организации. Резервы улучшения финансового состояния организации | 1 | |
| Практические занятия | | 3 | 3 | |
| 1 | Выполнение анализа динамики основных показателей (изменений структуры ассортимента, качества работы и др.) | | | |
| 2 | Выполнение анализа издержек конкретной коммерческой организации | | | |
| 3 | Выполнение анализа валового дохода | | | |
| 4 | Выполнение анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий | | | |
| 5 | Выполнить расчет показателей структуры имущества и источников формирования имущества организации | | | |

| | | | | |
|--|--|--|------------|----------|
| | 6 | Выполнить расчет показателей ликвидности и платежеспособности | | |
| | 7 | Выполнение расчетов показателей финансовой устойчивости организации и сравнение с оптимальным значением этих показателей | | |
| | 8 | Выполнение расчетов показателей деловой активности организации | | |
| Самостоятельная работа Работа с конспектами лекций. Работа с нормативными документами, учебной и специальной литературой. Выполнение индивидуальных заданий по оформлению документов, расчету налогов. Подготовка сообщений. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Выполнение расчётной работы. Использование методов экономического факторного анализа на практике: метод цепных подстановок. Изучение основных форм финансовой отчетности (отчета о финансовых результатах, бухгалтерского баланса предприятия и др.). Самостоятельное изучение: Процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта. Диагностика банкротства. Изучение типовых форм налоговых деклараций по основным видам налогов | | | 80 | |
| МДК 02.03. Маркетинг | | | 120 | |
| Тема 2.1. Теоретические основы маркетинга | Содержание | | 2 | 2 |
| | 1 | Предмет, цели, задачи МДК. Предмет маркетинга и связь его с другими дисциплинами. Цели и задачи маркетинга. Маркетинговая терминология | | |
| | 2 | История и основные этапы развития маркетинга. Социальные основы маркетинга – удовлетворение людских потребностей. | | |
| | 3 | Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. | | |
| | 4 | Маркетинг как одна из концепций, её сущность. Понятие социально-этического и мимотического маркетинга | | |
| | 5 | Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий | | |
| | 6 | Контроль и регулирование спроса в коммерческих организациях | | |
| | 7 | Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей | | |
| | 8 | Модель покупательского поведения, характеристика факторов, формирующих покупательское поведение | | |
| | 9 | Субъекты маркетинга: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность | | |
| | 10 | Конъюнктура товарного рынка. Показатели, характеризующие конъюнктуру рынка. | | |
| 11 | Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу | | | |

| | | | | |
|--|-----------------------------|--|----------|----------|
| | 12 | Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы | | |
| | 13 | Сущность макросреды, неконтролируемые факторы. Характеристика компонентов макросреды | | |
| | Практические занятия | | 2 | 3 |
| | 1 | Установление основных видов потребностей покупателей, товаров и услуг их удовлетворяющих. Решение проблемных ситуаций. | | |
| | 2 | Методы воздействия на уровень спроса на конкретном примере | | |
| | 3 | Моделирование покупательского поведения клиентов | | |
| | 4 | Решение ситуационных задач по анализу микросреды конкретного предприятия | | |
| | 5 | Анализ окружающей среды предприятия сферы услуг на конкретном примере | | |
| | 6 | Практическое применение принципов маркетинга | | |
| | 7 | Использование методов маркетинга в практической деятельности фирмы | | |
| Тема 2.2. Маркетинговая деятельность фирмы | Содержание | | 6 | 2 |
| | 1 | Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. | | |
| | 2 | Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. | | |
| | 3 | Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов | | |
| | 4 | Анализ маркетинговых возможностей фирмы. Использование формализованных приемов | | |
| | 5 | Обзор основных приемов выбора маркетинговой возможности фирмы | | |
| | 6 | Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. | | |
| | 7 | Позиционирование товара на рынке - выбор и реализация стратегии. | | |
| | 8 | Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов. | | |
| | 9 | Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов | | |
| | 10 | Товарная политика фирмы. Сущность понятия товар. Классификация товаров | | |
| | 11 | Принятие решения относительно товарного ассортимента, использования товарных марок, упаковки, маркировки и жизненного цикла товара (ЖЦТ) | | |
| | 12 | Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге | | |
| | 13 | Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен | | |
| | 14 | Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика - | | |

| | | | | |
|-----------------------------|--|---|----------|----------|
| | | их цели и задачи | | |
| 15 | | Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта | | |
| 16 | | Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников. | | |
| 17 | | Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС). | | |
| 18 | | Характеристика компонентов ФОССТИС | | |
| 19 | | Анализ и оценка эффективности сбытовой политики | | |
| 20 | | Стратегия и планирование маркетинга. Этапы стратегического планирования | | |
| 21 | | Характеристика различных стратегий роста фирмы | | |
| 22 | | Основные пути развития компании в соответствии с анализом ситуации на рынке | | |
| 23 | | Годовой план маркетинга, содержание его разделов | | |
| 24 | | Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании маркетинговых коммуникаций | | |
| 25 | | Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка эффективности рекламы | | |
| 26 | | Бюджет рекламы. Организация рекламной кампании | | |
| 27 | | Связи с общественностью: общий обзор | | |
| 28 | | Разработка плана по формированию положительного общественного мнения о компании | | |
| 29 | | Система контроля в маркетинге: общий обзор | | |
| 30 | | Характеристика видов маркетингового контроля | | |
| Практические занятия | | | 2 | 3 |
| 1 | | Анализ маркетинговой информации. Решение ситуационных задач | | |
| 2 | | Составление опросного листа | | |
| 3 | | Проведение опроса и обработка его результатов | | |
| 4 | | Анализ целевого рынка. Решение ситуационных задач | | |
| 5 | | Сегментирование рынка определенного товара на основе географического и демографического принципа. | | |
| 6 | | Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа | | |
| 7 | | Осуществление оценки сильных и слабых сторон конкурентов - на примере конкретной компании. Позиционирование товара на рынке | | |
| 8 | | Формирование конкурентной стратегии - на примере конкретной ситуации в коммерческой фирме | | |
| 9 | | Решение ситуационных задач по ЖЦТ разных групп (категорий) | | |
| 10 | | Проведение анализа ценовой политики организации | | |

| | | | | |
|--|----|---|------------|----------|
| | 11 | Решение ситуационных задач по формированию ценовой политики компании | | |
| | 12 | Построение каналов сбыта, в том числе в форме практической подготовки , для конкретной коммерческой компании | | |
| | 13 | Выбор средства стимулирования сбыта – для конкретного товара или услуги | | |
| | 14 | Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности | | |
| Самостоятельная работа 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. Подготовка к тестированию по тематике МДК Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Рефераты: «Проблемы текущего столетия. Необходимость повышения уровня моральной и социальной ответственности»; «Маркетинговые стратегии рынков»; «Выбор конкурентов, которых следует атаковать и которых следует избегать»; «Установление цен по географическому признаку на примере России»; «Международное рекламное законодательство». Домашние задания: «Информация к размышлению: Nike (ответить на предложенный перечень вопросов); «Составить резюме к теме и перечень основных понятий»; «Составить резюме к статье «Иногда мнения эксперта бывают курьезными». «Составить анкету для проведения маркетингового исследования на любой выбранный студентом товар, услугу, вид деятельности»; «Анализ статьи: IBM – реструктуризация службы сбыта. Сделать вывод». | | | 106 | 3 |
| Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки Виды работ: - оформление финансовых документов и отчетности; - проведение денежных расчетов; - выполнение расчета основных налогов; - выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; - выявление потребностей (спроса) на товары; - реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; - участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; - анализ маркетинговой среды организации | | | 72 | 3 |
| ВСЕГО: | | | 410 | |

Для характеристики уровня усвоения учебного материала целесообразно использовать следующие обозначения:

1 - ознакомительный - (теоретический обзор материалов курса);

2 - репродуктивный - (выполнение заданий по практике);

3 - продуктивный - (самостоятельные творческие задания).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов:

| | |
|---|--|
| МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение | <p>Кабинет финансов, налогов и налогообложения (учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)</p> <ul style="list-style-type: none">- доска- стол преподавателя- стул для преподавателя- комплекты учебной мебели- демонстрационное оборудование: проектор и компьютер- учебно-наглядные пособия <p>Лицензионное ПО и базы данных: 1С: Предприятие 8: Сублицензионный договор Kaspersky Endpoint Security: Сублицензионный договор Microsoft Office: Сублицензионный договор Microsoft Windows: Сублицензионный договор Консультант+: Договор об информационной поддержке</p> <p>Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет, помещение для самостоятельной работы и курсового проектирования</p> <ul style="list-style-type: none">- комплекты учебной мебели- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему <p>Лицензионное ПО и базы данных: 1С: Предприятие 8: Сублицензионный договор Kaspersky Endpoint Security: Сублицензионный договор Microsoft Office: Сублицензионный договор Microsoft Windows: Сублицензионный договор Консультант+: Договор об информационной поддержке Система «Антиплагиат.ВУЗ»: Договор Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО «PROFобразование», договор</p> |
| МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | <p>Кабинет междисциплинарных курсов (учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)</p> |

| | |
|------------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - доска - стол преподавателя - стул для преподавателя - комплекты учебной мебели - демонстрационное оборудование: проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия <p>Лицензионное ПО и базы данных: 1С: Предприятие 8: Сублицензионный договор Kaspersky Endpoint Security: Сублицензионный договор Microsoft Office: Сублицензионный договор Microsoft Windows: Сублицензионный договор Консультант+: Договор об информационной поддержке</p> <p>Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет, помещение для самостоятельной работы и курсового проектирования</p> <ul style="list-style-type: none"> - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему <p>Лицензионное ПО и базы данных: 1С: Предприятие 8: Сублицензионный договор Kaspersky Endpoint Security: Сублицензионный договор Microsoft Office: Сублицензионный договор Microsoft Windows: Сублицензионный договор Консультант+: Договор об информационной поддержке Система «Антиплагиат.ВУЗ»: Договор Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО «PROОбразование», договор</p> |
| <p>МДК 02.03. Маркетинг</p> | <p>Кабинет маркетинга (учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)</p> <ul style="list-style-type: none"> - доска - стол преподавателя - стул для преподавателя - комплекты учебной мебели - демонстрационное оборудование: проектор и компьютер - учебно-наглядные пособия <p>Лицензионное ПО и базы данных: 1С: Предприятие 8: Сублицензионный договор Kaspersky Endpoint Security:</p> |

| | |
|---|---|
| | <p>Сублицензионный договор Microsoft Office: Сублицензионный договор Microsoft Windows: Сублицензионный договор Консультант+: Договор об информационной поддержке</p> <p>Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет, помещение для самостоятельной работы и курсового проектирования - комплекты учебной мебели - компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему</p> <p>Лицензионное ПО и базы данных: 1С: Предприятие 8: Сублицензионный договор Kaspersky Endpoint Security: Сублицензионный договор Microsoft Office: Сублицензионный договор Microsoft Windows: Сублицензионный договор Консультант+: Договор об информационной поддержке Система «Антиплагиат.ВУЗ»: Договор Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО «PROFобразование», договор</p> |
| Производственная практика (по профилю специальности) | ООО "Робомаркет" Договор |

Помещение для самостоятельной работы

(класс ПК, объединенных в локальную сеть, с выходом на эл.портал)

- доска
- стол преподавателя
- стул для преподавателя
- комплекты учебной мебели
- демонстрационное оборудование: проектор и компьютер
- учебно-наглядные пособия

Лицензионное ПО и базы данных:

1С: Предприятие 8:
Сублицензионный договор
Kaspersky Endpoint Security:
Сублицензионный договор
Microsoft Office:
Сублицензионный договор
Microsoft Windows:
Сублицензионный договор
Консультант+:
Договор об информационной поддержке

4.2. Информационное обеспечение обучения.

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

- Основная литература**
- Финансы, налоги и налогообложение**
- Финансы организаций : учебное пособие / В. В. Позняков, Л. Г. Колпина, В. К. Ханкевич, В. М. Марочкина ; под редакцией В. В. Познякова. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 331 с. — ISBN 978-985-503-912-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/93402>
- Заболотни, Г. И. Налоги и налогообложение : учебное пособие для СПО / Г. И. Заболотни. — Саратов : Профобразование, 2022. — 87 с. — ISBN 978-5-4488-1384-9. — Текст : электронный // ЭБС PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/116267>
- Налоги и налогообложение : практикум для СПО / Е. И. Комарова, Н. Д. Стеба, Н. В. Пивоварова, Ю. А. Федосеева. — Саратов : Профобразование, 2020. — 129 с. — ISBN 978-5-4488-0615-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/91896>
- Назарова, А. В. Налоги и налогообложение : учебное пособие для СПО / А. В. Назарова. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 86 с. — ISBN 978-5-4486-0363-1, 978-5-4488-0207-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/76995>.
- Дмитриева, И. Е. Финансы : учебное пособие / И. Е. Дмитриева, Е. А. Ярошенко. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 317 с. — ISBN 978-5-4497-0580-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95599.html>
- Дополнительная литература**
- Коробейникова, Е. В. Финансы : учебное пособие / Е. В. Коробейникова, Т. В. Жирнова. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 240 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105087.html>
- Строгонова, Е. И. Финансы : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / Е. И. Строгонова. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 86 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/76925.html>
- Биткина, И. К. Финансы организаций. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. К. Биткина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 123 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10975-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456263>
- Финансы : учебное пособие / Е. С. Вдовина, М. В. Ершова, Н. И. Куликов, Л. А. Макарова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2018. — 97 с. — ISBN 978-5-8265-1873-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/94386.html>

Налоги и налогообложение : методические рекомендации по выполнению практических работ / составители Е. Д. Железная. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 48 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/106577>

Цветова, Г. В. Налоги и налогообложение : учебное пособие / Г. В. Цветова, Е. П. Макарова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 110 с. — ISBN 978-5-4486-0072-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/70271>

Заббарова, О. А. Налоги и налогообложение : учебное пособие / О. А. Заббарова. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 244 с. — ISBN 978-5-4487-0318-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/77440>

Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Основная литература

Выгодчикова, И. Ю. Анализ финансового состояния предприятия : учебное пособие для СПО / И. Ю. Выгодчикова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 59 с. — ISBN 978-5-4488-0975-0, 978-5-4497-0829-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/101761>

Анализ эффективности и рисков финансово-хозяйственной деятельности : учебное пособие для СПО / Е. В. Смирнова, В. М. Воронина, О. В. Федорищева, И. Ю. Цыганова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 165 с. — ISBN 978-5-4488-0530-1. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/91848>

Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учебник / Г. В. Савицкая. — 4-е изд. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 373 с. — ISBN 978-985-503-942-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/93422>

Дополнительная литература

Дмитриева, И. Е. Финансы, денежное обращение и кредит : учебное пособие для СПО / И. Е. Дмитриева. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 190 с. — ISBN 978-5-4488-0850-0, 978-5-4497-0595-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95600>

Мезенцева, О. В. Экономический анализ в коммерческой деятельности : учебное пособие для СПО / О. В. Мезенцева, А. В. Мезенцева ; под редакцией А. И. Кузьмина. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 230 с. — ISBN 978-5-4488-0472-4, 978-5-7996-2896-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFOбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/87910>

Турманидзе, Т. У. Финансовый анализ : учебник / Т. У. Турманидзе. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 288 с. — ISBN 978-5-238-02358-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71240.html>

Селезнева, Н. Н. Финансовый анализ. Управление финансами : учебное пособие для вузов / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 639 с. — ISBN 978-5-238-01251-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/74948.html>

Основная литература

Маркетинг

Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/88760>

Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/86471>

Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87620.html>

Дополнительная литература

Основы маркетинга : лабораторный практикум для СПО / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов : Профобразование, 2019. — 103 с. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/86143>

Власов, В. Б. Основы маркетинга : учебное пособие / В. Б. Власов, С. Ю. Нерозина. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-7731-0918-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111482.html>

Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга : практикум / Р. Е. Мансуров. — 2-е изд. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. — 184 с. — ISBN 978-5-9729-0675-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115224.html>

Егорова, М. М. Маркетинг : учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1744-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81021.html>

Гончарова, Л. А. Маркетинг : учебное пособие / Л. А. Гончарова, В. С. Чангли, А. В. Прокопенко. — Макеевка : Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2019. — 218 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92339.html>

Основная литература

Производственная практика (по профилю специальности)

Финансы организаций : учебное пособие / В. В. Позняков, Л. Г. Колпина, В. К. Ханкевич, В. М. Марочкина ; под редакцией В. В. Познякова. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 331 с. — ISBN 978-985-503-912-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образо-

вательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/93402>

Заболотни, Г. И. Налоги и налогообложение : учебное пособие для СПО / Г. И. Заболотни. — Саратов : Профобразование, 2022. — 87 с. — ISBN 978-5-4488-1384-9. — Текст : электронный // ЭБС PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/116267>

Налоги и налогообложение : практикум для СПО / Е. И. Комарова, Н. Д. Стеба, Н. В. Пивоварова, Ю. А. Федосеева. — Саратов : Профобразование, 2020. — 129 с. — ISBN 978-5-4488-0615-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/91896>

Назарова, А. В. Налоги и налогообложение : учебное пособие для СПО / А. В. Назарова. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 86 с. — ISBN 978-5-4486-0363-1, 978-5-4488-0207-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/76995>.

Дмитриева, И. Е. Финансы : учебное пособие / И. Е. Дмитриева, Е. А. Ярошенко. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 317 с. — ISBN 978-5-4497-0580-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95599.html>

Выгодчикова, И. Ю. Анализ финансового состояния предприятия : учебное пособие для СПО / И. Ю. Выгодчикова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 59 с. — ISBN 978-5-4488-0975-0, 978-5-4497-0829-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/101761>

Анализ эффективности и рисков финансово-хозяйственной деятельности : учебное пособие для СПО / Е. В. Смирнова, В. М. Воронина, О. В. Федорищева, И. Ю. Цыганова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 165 с. — ISBN 978-5-4488-0530-1. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/91848>

Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учебник / Г. В. Савицкая. — 4-е изд. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 373 с. — ISBN 978-985-503-942-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/93422>

Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/88760>

Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/86471>

Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Электронно-

библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87620.html>

Дополнительная литература

Коробейникова, Е. В. Финансы : учебное пособие / Е. В. Коробейникова, Т. В. Жирнова. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 240 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105087.html>

Строгонова, Е. И. Финансы : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / Е. И. Строгонова. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 86 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/76925.html>

Биткина, И. К. Финансы организаций. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. К. Биткина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 123 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10975-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456263>

Финансы : учебное пособие / Е. С. Вдовина, М. В. Ершова, Н. И. Куликов, Л. А. Макарова. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2018. — 97 с. — ISBN 978-5-8265-1873-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/94386.html>

Налоги и налогообложение : методические рекомендации по выполнению практических работ / составители Е. Д. Железная. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 48 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/106577>

Цветова, Г. В. Налоги и налогообложение : учебное пособие / Г. В. Цветова, Е. П. Макарова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 110 с. — ISBN 978-5-4486-0072-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/70271>

Заббарова, О. А. Налоги и налогообложение : учебное пособие / О. А. Заббарова. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 244 с. — ISBN 978-5-4487-0318-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/77440>

Дмитриева, И. Е. Финансы, денежное обращение и кредит : учебное пособие для СПО / И. Е. Дмитриева. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 190 с. — ISBN 978-5-4488-0850-0, 978-5-4497-0595-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95600>

Мезенцева, О. В. Экономический анализ в коммерческой деятельности : учебное пособие для СПО / О. В. Мезенцева, А. В. Мезенцева ; под редакцией А. И. Кузьмина. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 230 с. — ISBN 978-5-4488-0472-4, 978-5-7996-2896-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/87910>

Турманидзе, Т. У. Финансовый анализ : учебник / Т. У. Турманидзе.

— 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 288 с. — ISBN 978-5-238-02358-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71240.html>

Селезнева, Н. Н. Финансовый анализ. Управление финансами : учебное пособие для вузов / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 639 с. — ISBN 978-5-238-01251-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/74948.html>

Основы маркетинга : лабораторный практикум для СПО / составители Г. Т. Анурова, О. С. Спицына. — Саратов : Профобразование, 2019. — 103 с. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО ПроФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/86143>

Власов, В. Б. Основы маркетинга : учебное пособие / В. Б. Власов, С. Ю. Нерозина. — Воронеж : Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 68 с. — ISBN 978-5-7731-0918-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111482.html>

Мансуров, Р. Е. Технологии маркетинга : практикум / Р. Е. Мансуров. — 2-е изд. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. — 184 с. — ISBN 978-5-9729-0675-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115224.html>

Егорова, М. М. Маркетинг : учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1744-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81021.html>

Гончарова, Л. А. Маркетинг : учебное пособие / Л. А. Гончарова, В. С. Чангли, А. В. Прокопенко. — Макеевка : Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2019. — 218 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92339.html>

Интернет-ресурсы:

1. www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ
2. www.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов РФ
3. www.nalog.ru – официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ
4. www.marketcenter.ru – Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров
5. www.sostav.ru – Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы
6. www.4p.ru – Сайт электронного журнала по маркетингу
7. www.admarket.ru – Сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе
8. www.marketer.ru – Сайт посвящен проблематике Интернет-маркетинга

Журналы:

1 Стратегия бизнеса М. Реальная экономика <https://profspo.ru/magazines/106278>

2. Вопросы управления Уральский институт управления 2021 <https://profspo.ru/magazines/87622>

3. Учет и статистика Ростов . Ростовский государственный экономический университет
<https://profspo.ru/magazines/61925>

4. Современная конкуренция М. Синергия пресс <https://profspo.ru/magazines/11778>

5. Управление продажами

6. Реклама. Теория и практика

7. PR и реклама. Практические аспекты

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистен-

та, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

| Результаты (освоенные ПК) | 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), участвовать в их инвентаризации | <ul style="list-style-type: none"> – обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; – соблюдение последовательности действий при проведении учета товаров; – соответствие оформления документации по учету товаров установленным требованиям (стандартам); – соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации; – соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям (стандартам) | <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, подготовке докладов, рефератов и т.д.); - при выполнении работ на различных этапах производственной практики; - при проведении тестирования, зачета по МДК, экзамена по модулю |
| 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"> – соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам); – правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; – организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленными требованиями (стандартами); – грамотность и скорость составления и оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами | |
| ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов | <ul style="list-style-type: none"> – обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; – правильность расчета микроэкономических показателей; – полнота анализа микроэкономических показателей; – полнота анализа рынков ресурсов | |
| ПК 2.4. Определять основ- | <ul style="list-style-type: none"> – правильность расчета основных эконо- | |

| | | |
|--|--|--|
| ные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату | мических показателей коммерческой организации; – правильность расчета цены продукции; – правильность расчета заработной платы сотрудников и ФОТ 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; – аргументированность выбора методов стимулирования сбыта | |
| ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации | – 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; – 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 | |
| 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) | |

| Результаты (освоенные ОК) | 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 | – демонстрация интереса к будущей профессии; – активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; – наличие высоких результатов при освоении учебных дисциплин и профессиональных модулей; – наличие положительных отзывов по | Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при решении ситуационных |

| | | |
|---|--|--|
| | итогах производственной практики | задач, подготовке докладов, рефератов и т.д.); - при выполнении работ на различных этапах производственной практики; - при проведении тестирования, зачетов по МДК, экзамена по модулю |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | – выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности; – оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач | |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | – решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности | |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития | – эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные | |
| ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | – взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения | |
| ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | – организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; – ориентация на обучение в течение всей жизни | |
| ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь | – использование в речи специальных терминов в соответствии со спецификой получаемой профессии; – отсутствие недостатков в развитии речи | |
| ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий | – соблюдение норм действующего законодательства; – учет в профессиональной деятельности обязательных требований нормативных документов, стандартов, технических условий | |