

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Забелин Алексей Григорьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 16.12.2022 15:02:16

Уникальный программный ключ:

672b4df4e1ca30b0f0cad5b6309d064a94afcfdbc652d927620ac07f8fdabb79

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

СОГЛАСОВАНО
Протокол согласования с
ООО «Рандеву»
от 15 апреля 2022 г.

УТВЕРЖДЕНО
Приказом Ректора МФЮА
от 16.05.2022 г. № 16-ю/62

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

для специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)
базовой подготовки

2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена на заседании кафедры экономики и менеджмента

Протокол № 5 от 15 апреля 2022 г.

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: Авдеева Т.В., к.э.н., доцент факультета маркетинга и международного сотрудничества, Институт управления и регионального развития, Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Московский кампус

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	33

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) – 72 часа, в том числе в форме практической подготовки – 2 недели.

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	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	Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	94	63	23		31				
ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 - 2.9	Раздел 3. Маркетинг	120	81	42		39				
Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки		72	-							72
Всего:		410	227	96		111			72	

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

Код компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
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	Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	94	14	4		80		-		
ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 - 2.9	Раздел 3. Маркетинг	120	14	4		106		-	-	-
Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки		72							72	
Всего:		410	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			
	Выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности организации (предприятия) с использованием различных методов факторного анализа		1	3
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. Микро-среда 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:

Кабинет финансов, налогов и налогообложения

Кабинет маркетинга

Кабинет экономических дисциплин

Оборудование учебных кабинетов:

Учебная мебель:

- доска
- стол преподавателя
- кресло для преподавателя
- комплекты учебной мебели

Технические средства обучения:

- компьютер преподавателя,
- лицензионное программное обеспечение

Microsoft Windows (Сублицензионный договор №Tr000153268 от 12-04-2017 Microsoft Imagine Premium Renewed Subscription 3 year),

Microsoft Office(Сублицензионный договор №Tr000235407 от 16-03-2018),

Google Chrome (Свободно распространяемое ПО), Kaspersky Endpoint Security (стандартный Russian Edition 1000-1499 Node 2 year Education Renewal License от 20-09-2018)

- проектор

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 PROFобразование : [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 PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/116267 Налоги и налогообложение : практикум для СПО / Е. И. Комарова, Н. Д. Стеба, Н. В. Пивоварова, Ю. А. Федосева. — Саратов : Профобразование, 2020. — 129 с. — ISBN 978-5-4488-0615-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [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 PROFобразование : [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 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>

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 PROFобразование : [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 PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/91848>

Анализ финансово-хозяйственной деятельности

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 PROFOбразование : [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 PROFOбразование : [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 PROFOбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/86143>

Власов, В. Б. Основы маркетинга : учебное пособие / В. Б. Власов,

**Производственная
практика (по профи-
лю специальности)**

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

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>

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. Во-

ронина, 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 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

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 PROФобразование : [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 PROФобразование : [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 PROФобразование : [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 PROФобразование : [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 PROФобразование : [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 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>

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

Периодические издания

1. Российский экономический журнал
2. Управление продажами
3. Реклама. Теория и практика
4. 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 ассистента, 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 основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ul style="list-style-type: none"> – правильность расчета основных экономических 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	<ul style="list-style-type: none"> – правильность определения потребности; – правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями по- 	

целей организации. Формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	требителя; – 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 итогам производственной практики	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, подготовке докладов, рефератов и т.д.); - при выполнении работ на различных этапах производственной практики; - при проведении тестирования, зачетов
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	– решение стандартных и нестандарт-	

стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	ных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности	по МДК, экзамена по модулю
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	