

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

**«МОСКОВСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ
ИМ. Г.Н. АЛЬТШУЛЯ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**для специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

Москва 2021

ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией

**Коммерции и технологии
потребительских товаров**


**Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования**

38.02.04 Коммерция (по отраслям)


Протокол № 1

от «30» августа 2021 г.

**Председатель цикловой
комиссии**


/Кожанова О.П.

**Заместитель директора по учебной
работе**


/К.М.Кондратьев

Составители: Сидоркин А.Г. - преподаватель

Максимова Т.М.- преподаватель

Юдина С.В.- преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ 02. « Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

. Менеджер по продажам должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 8. Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения.

ОК 9. Пользоваться иностранным языком как средством делового общения.

ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.

ОК 11. Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

Программа профессионального модуля может быть использована при разработке программ профессиональной подготовки и переподготовки менеджеров по продажам на базе среднего (полного) общего образования, среднего или высшего профессионального образования.

Опыт работы не требуется.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен: **иметь практический опыт:** оформления финансовых документов и отчетов;

проведения денежных расчетов;

расчета основных налогов;

анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;

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 правовыми

актами в области налогообложения,

регулирующими механизм и порядок

налогообложения;
рассчитывать основные налоги;
анализировать результаты
финансово-хозяйственной деятельности
торговых организаций;
применять методы и приемы
финансово-хозяйственной деятельности для
разных видов анализа;
выявлять, формировать и удовлетворять
потребности;
обеспечивать распределение через каналы
сбыта и продвижение товаров на рынке с
использованием маркетинговых
коммуникаций;
проводить маркетинговые исследования
рынка;
оценивать конкурентоспособность товаров;

знать:

сущность, функции и роль финансов в экономике,
сущность и функции денег, денежного обращения;
финансирование и денежно-кредитную
политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
основные положения налогового законодательства;
функции и классификацию налогов;
организацию налоговой службы;
методику расчета основных видов налогов;
методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности:

цели, задачи, методы, приемы, виды;

информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности

организаций оптовой и розничной торговли,

финансовых результатов деятельности;

составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы,

функции, объекты, субъекты;

средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их

характеристику;

методы изучения рынка, анализа окружающей

среды;

конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;

этапы маркетинговых исследований, их результат;

управление маркетингом.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего – **303** часа, в том числе:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 267 часов, включая:

Обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 178 часов,

Самостоятельной работы обучающегося – 89 часов;

Учебная практика – 36 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для

ОК 4	эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителям
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий

3. Структура и примерное содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч. курсовая работа (проект) часов	Всего часов	в т.ч. курсовая работа (проект) часов		
МДК. 02.01.	Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение	66	44	18		22			
МДК. 02.02.	Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	96	64	32		32			

МДК. 02.03.	Раздел 3. Маркетинг	105	70	34		35		36	
Всего:		267	178	84	-	89	-	36	

3.2. Тематический план и содержание МДК. 02.02. ПМ. 02.

Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Раздел ПМ 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности		96	
Тема 2.1. Предмет. содержание экономического анализа Задачи	Цели, задачи и предмет анализа деятельности торговых организаций. Виды анализа. Методы и приемы анализа хозяйственной деятельности. Информационное обеспечение анализа. Планирование и организация аналитической работы.	2	1
	Практические занятия: 1. Использование методов и приемов экономического анализа для решения производственных задач на основе документации действующей организации.	2	
Тема 2.2. Анализ оборота розничной и оптовой торговли	Задачи и информационное обеспечение анализа оборота розничной и оптовой торговли. Анализ динамики и состава структуры ассортимента оборота розничной торговли. Оценка состояния товарных запасов, их оборачиваемости. Влияние оборачиваемости товаров на финансовое состояние.	4	1,2

	Оценка товарного обеспечения.		
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента (с использованием данных бухгалтерской и статистической отчетности организации).</p> <p>2. Анализ товарных запасов и их оборачиваемости (с использованием данных бухгалтерской и статистической отчетности организации).</p> <p>3. Планирование товарных запасов.</p>	4	
Тема 2.3. Анализ использования трудовых ресурсов и фонда заработной платы	<p>Задачи анализа трудовых ресурсов. Источники информации для анализа.</p> <p>Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами.</p> <p>Анализ использования фонда рабочего времени.</p> <p>Анализ производительности труда.</p> <p>Анализ фонда заработной платы и эффективность его использования.</p>	4	1,2
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами по количественному и качественному составу.</p> <p>2. Расчет влияния факторов на производительность труда.</p> <p>3. Расчет влияния факторов на фонд заработной платы.</p> <p>4. Планирование показателей по труду и его оплате.</p>	6	
Тема 2.4. Анализ издержек обращения в торговле	<p>Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения.</p> <p>Анализ объема и динамики издержек обращения.</p> <p>Факторный анализ издержек обращения.</p> <p>Анализ издержек обращения по элементам и статьям затрат.</p>	4	1,2
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Анализ динамики издержек обращения в целом и по статьям. Оценка</p>		

		<p>эффективности затрат (с использованием данных бухгалтерской и статистической отчетности организации).</p> <p>2. Расчет факторов, влияющих на издержки обращения и оценка их влияния. Выявление резервов снижения расходов (с использованием данных бухгалтерской и статистической отчетности организации).</p>	6	
Тема 2.5. Анализ финансовых результатов торговых организаций		<p>Значение, задачи информационное обеспечение анализа финансовых результатов.</p> <p>Анализ формирования финансовых результатов.</p> <p>Факторный анализ прибыли.</p> <p>Анализ безубыточности продаж.</p>	8	1,2
		<p>Практические занятия:</p> <p>1. Анализ доходов торговых организаций. Расчет факторов влияющих на доходы (с использованием данных бухгалтерской отчетности организации).</p> <p>2. Анализ прибыли и рентабельности. Выявление резервов увеличения прибыли и повышения эффективности ее использования (с использованием данных бухгалтерской и статистической отчетности организации).</p>	6	
Тема 2.6. Анализ финансового состояния торговой		<p>Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния организации.</p> <p>Использование материалов инвентаризации перед составлением годовой отчетности и годовой бухгалтерской отчетности.</p> <p>Анализ динамики состава и структуры имущества и источников его образования.</p> <p>Анализ финансовой устойчивости торговой организации.</p> <p>Анализ платежеспособности организации.</p> <p>Анализ ликвидности баланса торговой организации.</p> <p>Анализ оборачиваемости оборотных активов. Оценка деловой</p>	10	1,3

	активности.		
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Расчет и анализ коэффициентов ликвидности и финансовой устойчивости (с использованием данных бухгалтерской и статистической отчетности организации).</p> <p>2. Оценка ликвидности предприятия.</p> <p>3. Анализ обременяемости оборотных активов (с использованием данных бухгалтерской и статистической отчетности организации).</p> <p>4. Расчет и анализ коэффициентов деловой активности.</p>	8	
	<p>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Систематическая работа с конспектами занятий, учебной и специальной литературы. - Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ. - Выполнение практических работ по заданию преподавателя). <p>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>1. Подготовка к итоговому тестовому контролю по разделам.</p> <p>2. Подготовка и сбор информации для проведения анализа финансового состояния действующей торговой организации.</p> <p>3. Решение задач по использованию методов и приемов экономического анализа для решения производственных задач, написание выводов.</p> <p>4. Решение задач на планирование товарных запасов, написание выводов.</p> <p>5. Разработка мер по увеличению оборота розничной торговли и нормализации товарных запасов.</p> <p>6. Решение задач по обоснованию плана показателей по труду и его оплате, написание выводов.</p> <p>7. Решение задач по расчету факторов, влияющих на издержки обращения и оценка их влияния</p>	32	

	<p>8. Написание выводов по результатам анализа и разработка путей снижения издержек обращения.</p> <p>9. Обработка и расчет аналитических таблиц по заданию преподавателя с использованием EXCEL.</p> <p>10. Разработка мер по росту доходности и прибыли в организации.</p> <p>11. Разработка рекомендаций по улучшению финансового состояния организации.</p>		
ВСЕГО		96	

3.2. Тематический план и содержание МДК . 02.03.

Раздел 3. Маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
МДК 3. Маркетинг		70	
Тема 3.1. Понятие и сущность маркетинга	Понятие и сущность маркетинга. Рынок как объект маркетинга. Цели и задачи маркетинга.	2	1
Тема 3.2. Концепция развития рыночной экономики	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга. Роль маркетинга в обществе и организации.	2	1
Тема 3.3. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты. Основные виды маркетинга. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение) товара: понятие, назначение.	2	1

Тема 3.4. Сегментирование рынка	<p>Основные понятия: сегментирование, сегмент, ниша рынка, целевой рынок. Назначение сегментирования.</p> <p>Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-демографические, психографические, поведенческие.</p> <p>Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции. Анализ возможностей освоения сегмента рынка.</p> <p>Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.</p>	2	1
Тема 3.5. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности	<p>Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия.</p> <p>Классификация потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей.</p> <p>Виды спроса, их краткая характеристика.</p> <p>Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса.</p> <p>Типы маркетинга в зависимости от вида спроса.</p> <p>Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы).</p> <p>Положение об отделе маркетинга.</p> <p>Требования к специалисту по маркетингу.</p> <p>Нормативные документы, регламентирующая деятельность маркетолога.</p> <p>Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др.</p>	2	1,2,3

	<p>Потребители: понятие, классификация.</p> <p>Модель покупательского поведения и ее составляющие.</p> <p>Этапы процесса принятия решения о покупке. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.</p>		
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Решение ситуаций по определению видов потребностей, спроса, типа маркетинга, маркетинговых мероприятий.</p> <p>2. Анализ поведения потребителей при совершенствовании покупок (решение ситуационных задач).</p>	4	
<p>Тема 3.6. Окружающая среда маркетинга</p>	<p>Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду.</p> <p>Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.</p> <p>Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации.</p>	2	1,3
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Анализ фактов окружающей среды маркетинга организации.</p>	2	
<p>Тема 3.7. Конкурентная среда</p>	<p>Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества.</p> <p>Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.</p> <p>Виды конкуренции.</p> <p>Методы конкурентной борьбы.</p> <p>Показатели оценки конкурентоспособности. Методика конкурентоспособности организации товаров.</p>	4	1,3
	<p>Практические занятия:</p>		

	1. Решение задач по анализу и оценке конкурентных преимуществ организации, оценки конкурентоспособности.	2	
Тема 3.8. Товарная политика в маркетинге	<p>Задачи, цели и сущность товарной политики в маркетинге.</p> <p>Маркетинговые понятия товара.</p> <p>Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. Требования, предъявляемые к товару.</p> <p>Уровни товара и его подкрепление.</p> <p>Концепция жизненного цикла товара: понятие РЖЦ, характеристика этапов. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.</p> <p>Разработка новых товаров (продукции, услуг): обоснование необходимости, этапы.</p> <p>Рыночная атрибутика товаров: товарная марка, упаковка, сервисное обслуживание.</p>	4	1,3
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Решение ситуаций по определению требований, предъявляемых к товару потребителями.</p>	2	
Тема 3.9. Ценовая политика в маркетинге	<p>Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования.</p> <p>Задачи, цели и сущность ценовой политики в маркетинге.</p> <p>Виды цен в маркетинге.</p> <p>Методика установление цены в маркетинге.</p> <p>Ценовые стратегии и их реализация.</p>	2	1,2,3
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Решение ситуаций по оценке эффективности ценовой политики организации.</p>	2	
Тема 3.10. Сбытовая политика в маркетинге	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика.		

		Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Формирование каналов распределения: виды каналов, их характеристики, критерии выбора. Посредники: понятия, виды, роль, в сбытовой политике. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	2	1,3
		Практические занятия: 1. Анализ ситуаций по выбору оптимальных каналов сбыта, оценке эффективности сбытовой политики.	2	
Тема 3.11. Маркетинга	Методы	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Виды и разновидности опросов. Методика проведения опросов. Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды. Методы прогнозирования спроса на рынке: назначение, разновидности, возможности. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): виды, назначение.	4	1,2
		Практические занятия: 1. Составление анкеты по выявлению потребностей. 2. Упражнение по проведению и подведению итогов анкетирования по выявлению потребностей. 3. Решение задач по анализу и оценке окружающей среды. 4. Решение задач по применению методов прогнозирования спроса на рынке.	4	
Тема Коммуникационная политика в маркетинге	3.12.	Цели, задачи и правила коммуникационной политики. Формирование спроса (мероприятия ФОС). Реклама - инструмент продвижения товаров на рынок. Цели, задачи и		

	<p>функции рекламы.</p> <p>История возникновения и совершенствования рекламы.</p> <p>Требования, предъявляемые к рекламе.</p> <p>Правовые органы рекламной деятельности.</p> <p>Классификация рекламы.</p> <p>Средства рекламы и их применение.</p> <p>Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы.</p> <p>Организация проведения рекламной кампании.</p> <p>Персональные продажи - инструмент продвижения товаров на рынок.</p> <p>Стимулирование сбыта (мероприятия СТИС).</p> <p>Мероприятия ("паблик рилейшен).</p>	4	1,2,3
	<p>Практические занятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Решение ситуаций по применению закона РФ "О рекламе". 2. Разработка плана проведения рекламной кампании. Обоснование целесообразности использования и применения маркетинговых коммуникаций. 3. Составление рекламных текстов, обращений, лозунгов. 4. Анализ рекламных текстов оценка их эффективности. 5. Определение мероприятия для организации по СТИС. 	10	
<p>Тема 3.13. Маркетинговые исследования рынка</p>	<p>Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора.</p> <p>Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты.</p> <p>Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований.</p> <p>Этапы маркетинговых исследований, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений.</p> <p>Организация проведения маркетинговых исследований.</p>	2	2,3

	Коррекция и оптимизация результатов маркетинговых исследований.		
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Разработка плана проведения маркетингового исследования рынка (направление исследования определяется преподавателем)..</p> <p>2. Деловая игра "Организация проведения маркетингового исследования рынка".</p>	6	
Тема 3.14. Стратегия и планирование маркетинга	<p>Определение понятий: стратеги и тактика.</p> <p>Общая характеристика стратегий маркетинга.</p> <p>Планирование маркетинга. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью.</p> <p>Стратегический анализ.</p> <p>Контроль в маркетинге.</p>	2	1
	<p>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 02:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Работа с учебной и специальной литературой (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). - Изучение нормативных и методических материалов, регламентирующих производственно-хозяйственную деятельность организации. - Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. - Выполнение практических работ (по заданию преподавателя). - Работа над докладом, сообщением, рефератом. - Изучение СМИ. <p>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>1. Разработка сообщений по темам: «Окружающая среда маркетинга (действующей организации)», «Прямой маркетинг», «История рекламы» др.</p> <p>2. Решение ситуации по определению вида спроса на товар,</p>	35	

	<p>маркетинговых мероприятий, присущих типу маркетинга, применяемому при данном виде спроса.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Решение ситуации по выбору наиболее эффективной организационной структуры управления маркетингом 4. Разработка компьютерных презентаций на темы: « Товарные знаки и марки», «Новые товары», «Фирменные названия». 5. Решение ситуаций по применению Закона РФ «О рекламе». 6. Разработка средств рекламы по заданию преподавателя. 7. Разработка анкеты маркетингового исследования рынка. 8. Составление отчета маркетингового исследования рынка. 9. Составление отчета маркетингового исследования рынка по результатам деловой игры. 		
	<p><i>Учебная практика:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определение видов спроса на товары, соответствующих им типов маркетинга для обеспечения целей организации. 2. Разработка анкет для выявления потребностей потребителей. 3. Проведение анкетирования для выявления потребностей потребителей. 4. Анализ маркетинговой информации. 5. Решение ситуаций по сегментированию рынка. 6. Решение ситуаций по анализу покупательского поведения, формированию и удовлетворению потребностей. 7. Анализ маркетинговой среды организации. 8. Оценка конкурентоспособности организации и товаров. 9. Определение мероприятий по повышению конкурентоспособности организаций и товаров. 10. Разработка стратегии вывода на рынок нового товара. 11. Формирование каналов распределения, анализ и оценка эффективности сбытовой политики. 12. Разработка плана мероприятий по формированию спроса и 	36	

	<p>стимулированию сбыта товаров. Обоснование использования маркетинговых коммуникаций.</p> <p>13. Разработка различных средств рекламы.</p> <p>14. Анализ эффективности проведения рекламных мероприятий и мероприятий по СТИС.</p> <p>15. Организация и проведение маркетингового исследования рынка (направления исследований определяются преподавателем)</p>		
ВСЕГО		141	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Финансы, налоги и налогообложение»

Наименование тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровни освоения
Раздел I Финансы			
Тема 1. Сущность, функции и роль финансов в экономике	Содержание Сущность финансов и их роль в экономике. Функции финансов: распределительная, контрольная, регулирующая. Финансовые ресурсы и инструменты. Лабораторные работы: не предусмотрены. Практические занятия: не предусмотрены. Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной2 литературой; подготовка рефератов по предложенной преподавателем тематике; подготовка к практическим работам.	2	1
		1	1
Тема 2. Финансовая система РФ	Содержание Понятие финансовой системы, ее сферы. Звенья финансовой системы: государственный бюджет, государственные внебюджетные фонды, государственный кредит, фонды страхования, финансы организаций различных организационно-правовых форм, финансы домохозяйств. Лабораторные работы: не предусмотрены. Практические занятия: расчет страховых взносов во внебюджетные фонды. Анализ консолидированного бюджета РФ. Составление договора страхования. Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной литературой; подготовка рефератов по предложенной преподавателем	2	1
		2	2
		2	1

	тематике; подготовка к практическим работам.		
Тема 3. Управление финансами	Содержание	2	1
	Финансовое планирование, прогнозирование, управление и контроль. Порядок составления финансового плана.		
	Финансовая политика и финансовый механизм.	4	2
	Лабораторные работы: не предусмотрены.		
	Практические занятия: анализ ВВП за период, прогнозирование показателя на перспективу. Управлению капиталом корпораций.	3	1
	Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной литературой; подготовка к практическим работам.		
Тема 4. Деньги и денежное обращение	Содержание	4	1
	Сущность, функции и виды денег. Понятие денежного обращения: наличное и безналичное обращение.		
	Определение сумм штрафных санкций за нарушение порядка ведения кассовых операций.		
	Денежная система и ее элементы.		
	Инфляция и формы ее проявления.	4	2
	Лабораторные работы: не предусмотрены.		
	Практические занятия: расчет показателей денежного оборота. Расчет уровня и индекса инфляции.	4	1
	Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной литературой; подготовка рефератов по предложенной преподавателем тематике; подготовка к практическим работам с использованием фактического материала.		
Тема 5. Кредит	Содержание	4	1
	Сущность кредита как формы движения ссудного капитала.		
	Функции кредита и его основные принципы.		

	<p>Формы кредита: банковский, коммерческий, потребительский, государственный, международный; их характеристика.</p> <p>Кредитная система России на современном этапе.</p> <p>Порядок определения процентов за пользование кредитом, процентов по вкладам.</p> <p>Лабораторные работы: не предусмотрены.</p> <p>Практические занятия: Простая и сложная процентные ставки, расчет процентов за пользование кредитом при различных практиках расчетов. Составление кредитного договора.</p> <p>Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной литературой; подготовка к практическим работам.</p>	4	2
		4	1
	Раздел 2 Налоги и налогообложение		
Тема 6. Сущность, функции и классификация налогов	<p>Содержание</p> <p>Понятие налога как экономической основы государства и его роль.</p> <p>Объективная необходимость налогов, их сущность.</p> <p>Функции налогов.</p> <p>Классификация налогов по видам и признакам.</p> <p>Лабораторные работы: не предусмотрены.</p> <p>Практические занятия: не предусмотрены.</p> <p>Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной литературой; подготовка рефератов по предложенной преподавателем тематике; подготовка к практическим работам.</p>	2	1
		1	1
Тема 7. Основы законодательства о налогах и сборах.	<p>Содержание</p> <p>Налоговое законодательство РФ: Налоговый кодекс РФ, нормативные акты, регулирование отношений коммерческой организации и государства в области налогообложения.</p> <p>Налоговая система РФ.</p>	2	1

	<p>Понятие налоговых органов, задачи, возложенные на них, структура налоговых органов РФ.</p> <p>Права и обязанности налоговых органов.</p> <p>Лабораторные работы: не предусмотрены.</p> <p>Практические занятия: не предусмотрены.</p> <p>Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной литературой; подготовка рефератов по предложенной преподавателем тематике; подготовка к практическим работам.</p>	1	1
<p>Тема 8. Федеральные налоги</p>	<p>Содержание</p> <p>Налог на добавленную стоимость: налогоплательщики, объекты налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, налоговый период, налоговые вычеты, порядок исчисления и сроки уплаты.</p> <p>Акцизы: налогоплательщики, объекты налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, налоговый период, налоговые вычеты, порядок исчисления и сроки уплаты налога.</p> <p>Налог на доходы физических лиц: налогоплательщики; объекты налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, налоговый период, налоговые вычеты, порядок исчисления и сроки уплаты налога.</p> <p>Налог на прибыль организации: налогоплательщики, объекты налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, налоговый и отчетный периоды, налоговые вычеты, порядок исчисления и сроки уплаты налога.</p> <p>Лабораторные работы: не предусмотрены.</p> <p>Практические занятия: исчисление налога на добавленную стоимость, налога на доходы физических лиц; налога на прибыль; акцизов в соответствии с нормативными документами.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>1</p>

	Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной литературой; подготовка рефератов по предложенной преподавателем тематике; подготовка к практическим работам.		
Тема 9. Региональные налоги	Содержание	2	1
	Транспортный налог: налогоплательщики, объекты налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, налоговый и отчетный периоды, порядок исчисления и сроки уплаты налога.		
	Налог на имущество организаций: налогоплательщики, объекты налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, налоговый и отчетный периоды, порядок исчисления и сроки уплаты налога.	2	2
	Лабораторные работы: не предусмотрены.	2	1
	Практические занятия: исчисление транспортного налога, налога на имущество организации в соответствии с нормативными документами.		
	Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной литературой; подготовка рефератов по предложенной преподавателем тематике; подготовка к практическим работам.		
Тема 10. Местные налоги	Содержание	4	1
	Земельный налог: налогоплательщики, объекты налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, налоговый и отчетный периоды, порядок исчисления и сроки уплаты налога.		
	Налог на имущество: налогоплательщики, объекты налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, порядок исчисления и сроки уплаты налога.		
	Лабораторные работы: не предусмотрены.	2	1
	Практические занятия: не предусмотрены		

	Самостоятельная работа: работа с основной и дополнительной литературой; подготовка рефератов по предложенной преподавателем тематике.		
Итого:		66	

Реализация профессионального модуля предполагает наличие:

1. Учебного кабинета «Маркетинга»;»Экономика организации»
2. Лаборатории

Учебный кабинет междисциплинарных курсов:

- комплект ученической мебели
- комплект учебно-методической документации
- наглядные пособия
- образцы товаров

Лаборатория товароведения:

- комплект мебели для компьютерных классов, классная доска
- комплект учебно-методической документации
- наглядные пособия
- образцы товаров

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест на практике: торгово-технологическое оборудование, товары, персональные компьютеры, принтеры, сканеры доступ к сети Интернет, калькуляторы.

Информационное обеспечение обучения

Источники

1. Гражданский кодекс РФ. Ч. 1,2.
2. Бюджетный кодекс РФ.
3. Налоговый кодекс РФ.
4. Федеральный закон от 10.07.02. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».
5. Федеральный закон от 02.12.90 № 395-1 «О банках и банковской деятельности».
6. Федеральный закон от 26.12.95. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах».
7. 7.Федеральный закон от 22.04.96. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»
8. Федеральный закон от 15.08.96. № 115-ФЗ «О бюджетной классификации Российской Федерации».
9. Федеральный закон от 31.12.97. № 157-ФЗ «Об организации страхового дела в Российской Федерации».
10. Федеральный закон от 25.02.99. № 40-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций».
11. Федеральный закон от 08.07.99. № 144-ФЗ «О реструктуризации кредитных организаций».
12. Федеральный закон от 07.08.01. № 117-ФЗ «О кредитных потребительских кооперативах граждан».
13. Федеральный закон от 19.11.01. № 1569-ФЗ «О инвестиционных фондах».
14. Федеральный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».
15. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
16. Федеральный закон «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения» от 23.09.92.
17. Федеральный закон «О рекламе» от 18.07.95.
18. Положение "О федеральном казначействе Российской Федерации".
19. Стандарты эмиссии облигаций и их проспектов эмиссии. Утв. Постановлением Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг от 19.10.2001 № 27.
20. Положение Банка России от 31.08.98 № 54-П "О порядке предоставления (размещения) кредитными организациями денежных средств и их возврата (погашения)".
21. Инструкция Банка России от 17.09.96 № 8 "О правилах выпуска и регистрации Ценных бумаг кредитными организациями на территории Российской Федерации".
22. Инструкция Банка России от 23.07.98 № 75-И "О порядке применения федеральных законов, регламентирующих процедуру регистрации кредитных организаций и лицензирования банковской деятельности".
23. Инструкция Банка России от 01.10.97 № 1 "О порядке регулирования деятельности банков".

Основная литература

1. Белоусова С.Н. Маркетинг: учебник - Ростов-н/Дону: Феникс, 2017
2. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру: как создать, завоевать и удержать рынок: учебное пособие - М: Альпина Бизнес Букс, 2015.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник /Под ред. Проф. Ю.В. Морозова, доц. В.Т. Гришиной. - М.: Дашков и К⁰, 2015.
4. Михалева Е.П. Маркетинг: Конспект лекций. - М.: Юрайт, 2015.
5. Налоги и налогообложение: учеб. пособие/ В. В. Худолеев. - М.: ИНФРА-М, 2016.
6. Налоги и налогообложение: учебное пособие / под ред. Д. Г. Черника. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2015
7. Овчинников Н.О. Налоговое планирование и налоговый контроль со стороны правоохранительных органов. - М: Дашков и К⁰, 2017.
8. Парамонова Т.Н. Маркетинг: учебник. - М.: КноРус, 2015.
9. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. - М: ИНФРА-М, 2016.
10. Тимошенко В.А. Проверки налоговых органов: Учебно-практическое пособие - М.: Дашков и К⁰, 2021.
11. Фридман А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебное пособие. - М.: Дашков и К⁰, 2015.
12. Чуев И. Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие. - М.: Дашков и К⁰, 2016.

Дополнительная литература

1. Баканов, М. И. Экономический анализ в торговле: учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2016.
2. Губин В.Е., Губина О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. - М.: ИНФРА-М, 2016.
3. Налоги и налогообложение: Практикум: учеб. пособие / Скворцов, О. В. - М.: Академия, 2021.
4. Налоги и налогообложение: учеб. пособие/ О. В. Скворцов. - М.: Академия, 2021.
5. Налоги: учебник / под ред. Д. Г. Черника, И. А. Майбуруна, А. Н. Литвиненко. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2018.

Интернет-ресурсы

1. www.consultant.ru – СПС «Консультант+»
2. Электронный ресурс «Федеральная налоговая служба»: www.nalog.ru
3. Электронный ресурс «Новости налогового законодательства»: www.kodeks.ru
4. Электронный ресурс «Налоги в России»: www.podatok.ru
5. Электронный ресурс «Российский налоговый портал»: www.taxpravo.ru
6. Электронный ресурс «Сайт «Бизнес-журнала»: www.1000ideas.ru
7. Электронный ресурс «Сайт журнала «Свой бизнес»: www.business-magazine.ru
8. Электронный ресурс «Мировые новости высоких технологий»: www.cibersecurity.ru

9. Электронный ресурс «Журнал«Налоги и финансы»: www.taxfin.kz
- 10.Электронный ресурс «Энциклопедия маркетинга»: www.marketing.spb.ru
- 11.Электронный ресурс «Маркетинг журнал «4p.ru»: www.4p.ru
- 12.Электронный ресурс «MD-Маркетинг»: www.md-marketing.ru
- 13.Электронный ресурс «Маркетинг»: marketing.web-3.ru
- 14.Электронный ресурс «Свободная энциклопедия маркетинга»: www.marketopedia.ru

в. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия по изучению междисциплинарных курсов профессионального модуля «Финансы, налоги и налогообложение», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Маркетинг» проводятся в образовательном учреждении, в аудиториях, оснащенных необходимым оборудованием, с применением учебно-методической документации.

При изучении данного модуля необходимо постоянно обращать внимание на то, как практические навыки и изученный теоретический материал могут быть использованы в будущей практической деятельности. При выборе методов обучения предпочтение следует отдавать тем, которые способствуют лучшему установлению контакта с обучающимися и лучшему усвоению ими материала.

Для проведения занятий целесообразно использовать лекционно-семинарские занятия, организационно-деятельностные и деловые игры, проводить тренинги, разбор практических ситуаций, работать с методическими и справочными материалами, применять технические средства обучения и вычислительную технику, организовывать экскурсии на предприятия.

Учебную практику целесообразно проводить в кабинетах образовательного учреждения, оснащенных необходимым оборудованием и техническими средствами обучения под руководством преподавателя данного модуля. Отдельные занятия могут проводиться в действующих организациях (встречи и беседы со специалистами, экскурсии и др.). Учебная практика проводится рассредоточено путем чередования ее с занятиями в рамках профессионального модуля. Формы отчетности по результатам учебной практики определяются образовательным учреждением (дневник- отчет, отчет и др.).

Обучающиеся имеют право по всем вопросам, возникшим в процессе изучения междисциплинарных курсов профессионального модуля, прохождения учебной практики, обращаться к администрации техникума, преподавателям, руководителям практики, вносить предложения по совершенствованию образовательного процесса и организации учебной практики. Формы проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные) определяются образовательным учреждением.

Освоению данного профессионального модуля должно предшествовать и изучение учебных дисциплин «Экономика организации», «Статистика», «Бухгалтерский учет», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Документационное обеспечение управления», «Логистика», профессионального модуля «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам:

Реализация программы профессионального модуля в рамках междисциплинарных курсов должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю данного модуля, опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, проходить стажировку в торговых организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

Педагогические кадры, осуществляющие руководство практикой в рамках модуля, должны иметь высшее образование, соответствующее профилю данного модуля, опыт деятельности в организациях соответствующего профиля, должны проходить стажировку в торговых организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, контрольных работ, тестирования, индивидуальных заданий.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>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</p>	<p>- соответствие составленной инвентаризационной описи товарно-материальных ценностей предъявляемым требованиям; - точность и правильность расчета экономических показателей для анализа и планирования коммерческой деятельности организации</p>	<p>-защита выполненных практических работ -защита выполненных практических заданий по учебной практике</p>
<p>Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем</p>	<p>- правильность и аккуратность оформления, обеспечение хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем в соответствии с установленными правилами</p>	<p>-защита выполненных практических заданий по учебной практике</p>
<p>Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические</p>	<p>- правильность расчета микроэкономических показателей анализа рынков ресурсов в соответствии с установленными правилами</p>	<p>-защита выполненных практических работ -защита выполненных</p>

<p>показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов</p>	<p>- обоснованность выводов по результатам проведенного анализа, -аргументация предложенных мероприятий по улучшению финансового состояния предприятия</p>	<p>практических заданий по учебной практике</p>
<p>Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату</p>	<p>- правильность расчета основных экономических показателей работы организации, цен, заработной платы в соответствии с <u>установленными правилами</u></p>	<p>-защита выполненных практических работ</p>
<p><u>Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров</u></p>	<p>- соответствие разработанных анкет по выявлению потребностей потребителей предъявляемым требованиям, - правильность проведения анкетирования по выявлению потребностей потребителей в соответствии с установленными правилами, - точность определения видов спроса и соответствующих им типов маркетинга в соответствии с установленными правилами, - соответствие разработанного плана мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта, средств рекламы предъявляемым требованиям</p>	<p>-защита выполненных практических работ -защита выполненных практических заданий по учебной практике</p>

<p>Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации</p>	<p>- четкость обоснования применения отдельных средств маркетинговых коммуникаций для достижения поставленных задач</p>	<p>-защита выполненных практических работ -защита выполненных практических заданий по учебной практике</p>
<p>Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений</p>	<p>- соответствие разработанного плана проведения маркетингового исследования предъявляемым требованиям, - правильность проведения маркетингового исследования в соответствии с поставленными целями и задачами, -- соответствие разработанного отчета маркетингового исследования предъявляемым требованиям</p>	<p>-защита выполненных практических работ -защита выполненных практических заданий по учебной практике</p>
<p>Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации</p>	<p>- правильность решения ситуаций по выбору оптимальных каналов сбыта, оценке эффективности сбытовой политики в соответствии с поставленными целями и задачами, - точность определения конкурентных преимуществ организации, оценки ее конкурентоспособности в соответствии с <u>установленными правилами</u></p>	<p>-защита выполненных практических работ -защита выполненных практических заданий по учебной практике</p>

<p>Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты</p>	<ul style="list-style-type: none"> - правильность составления финансовых документов и отчетов в соответствии с нормативными документами, - правильность составления расчетных документов в соответствии с предъявляемыми требованиями, - правильность расчета экономических показателей в соответствии с принятыми методами и приемами анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> -защита выполненных практических работ -защита выполненных практических заданий по учебной практике
<p>Итоговый контроль</p>		<p>Экзамен</p> <p>квалификационный</p>

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>Понимать сущность и значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<ul style="list-style-type: none"> - точность представления о сущности и значимости будущей профессии; - адекватность самооценки при освоении профессии 	<p>интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p>

<p>Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p>- обоснованность поставки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области учета</p>	<p>наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики</p>
<p>Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<p>- адекватность принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях</p>	<p>наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики</p>
<p>Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития</p>	<p>- адекватность отбора и использования информации профессиональной задачи</p>	<p>наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики</p>
<p>Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p>-корректность и однозначность в ходе общения с коллегами, руководством и потребителями</p>	<p>интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать</p>	<p>-организовывать самостоятельную работу при изучении профессионального</p>	<p>интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в</p>

<p>повышение квалификации</p>	<p>модуля</p>	<p>процессе освоения образовательной программы</p>
<p>Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь</p>	<p>- излагать информацию грамотно и аргументировано как устно, так и письменно</p>	<p>наблюдение и экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики.</p>
<p>Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий</p>	<p>- соответствие совершаемых действий требованиям действующего законодательства</p>	<p>экспертная оценка на практических занятиях, при решении ситуационных задач и в процессе практики</p>