

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зрыкина Маргарита Михайловна
Должность: Директор
Дата подписания: 10.10.2023 14:36:19
Уникальный программный ключ:
16ca88dd558304ee45075941472700caa9f12060



**Частное образовательное учреждение
профессионального образования
«Среднерусский колледж управления и бизнеса»**

ПРИНЯТА
Педагогическим Советом
Протокол № 1 от «29» августа 2023г.
Председатель _____ М.М. Зрыкина

УТВЕРЖДЕНА:
Приказ № 01/29-08 от «29» августа 2023г.
Директор _____ М.М. Зрыкина

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

по специальности
38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

г. Калуга 2023г.

Рабочая программа ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее - СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям) утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 539 от 15.05.2014 г.

Организация-разработчик: Частное образовательное учреждение профессионального образования «Среднерусский колледж управления и бизнеса»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 5-7
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9-25
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	26-
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее примерная программа) – является частью примерной профессиональной основной 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:

-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.

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

-применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

-определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

-выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

-обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

-участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

-реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

-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 дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области коммерции при наличии среднего(полного) общего образования.

Менеджер по продажам должен обладать общими и профессиональными компетенциями:

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 будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

ОК 4. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 7. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

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

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент колледжа 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 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, 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.

1.2. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 570 часов, в том числе:
 максимальной учебной нагрузки обучающегося – 498 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 164 часа;
 самостоятельной работы обучающегося – 315 часов;
 производственной практики – 72 часа.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

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

Код	Наименование видов профессиональной деятельности и 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.

Код	Наименование общих компетенций
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 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

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Коды 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, 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 1-12 ПК 2.1-2.4; 2.9	МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение	154	110	74	0	44		-	
ОК 1-12 ПК 2.1-2.4; 2.9	МДК.02.02 Анализ финансово – хозяйственной деятельности	204	129	74	0	75	-	-	
ОК 1-12 ПК 2.5 – 2.8	МДК.02.03 Маркетинг	140	76	57	0	64			
	ПП 01 Производственная практика	72							72
		570	387	205	0	183	0	0	72

**3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю
ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, Самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
МДК.02.01.				
Финансы, налоги и налогообложение				
Раздел 1. Теория экономического анализа				
Тема 1.1. Содержание Предмет и задачи Экономического анализа	Содержание учебного материала			
	1	Анализ как метод познания. Организация как объект экономического анализа	12	2
	2	Предмет, принципы экономического анализа. Классификация видов экономического анализа и их роль в управлении.		
	Практическое занятие Решение задач		18	2,3
	Самостоятельная работа: Выполнение домашнего задания по теме , работа с литературой		10	
Тема 1.2. Организация и Информационное Обеспечение Анализа Финансово-Хозяйственной Деятельности предприятия	Содержание учебного материала			
	1	Организация аналитической работы на предприятии. Зависимость организации аналитической работы от структуры Управленческого аппарата и технической оснащенности управления.	6	2
	Практическое занятие Решение задач		20	2,3
	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме, работа с литературой		10	3
	Содержание учебного материала			
Тема 1.3. Метод и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности	1	Метод и методика анализа финансово-хозяйственной деятельности. Классификация приемов и способов анализа.	10	2
	Практическое занятие Решение задач		16	2,3
	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме, работа с литературой.		4	3
	Содержание учебного материала			

Тема 1.4. система резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности	Содержание учебного материала			
	1	Цели и содержание комплексного экономического анализа.	8	2
	Практическое занятие Решение задач		10	2,3
	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме ,работа с литературой		20	
Всего			154	
МДК.02.02				
Анализ финансово – хозяйственной деятельности				
Тема 2.1. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятия	1	Методика комплексной оценки эффективности развития производства	6	2
	2	Методика расчета комплексных показателей оценки экстенсивности и интенсивности использования ресурсов. Анализ технико-организационного уровня производства.	6	
	3	Анализ производства и реализации продукции.. Анализ производства продукции в целом и по ассортименту. Оценка выполнения договорных обязательств. Анализ ритмичности выпуска и реализации продукции. анализ качества продукции. Оценка конкурентоспособности продукции. Факторы, определяющие спрос. Анализ реализации продукции.	6	
	4	Анализ использования основных производственных фондов задачи, цели и источники информации анализа; показатели состава, состояния и эффективности использования средств труда.	6	
	5	Анализ материальных ресурсов: задачи, цели и источники информации анализа; показатели обеспеченности и эффективности использования материальных ресурсов	6	
	6	Анализ трудовых ресурсов: задач, цели и источники информации анализа; показатели состава, движения и эффективности использования трудовых ресурсов.	6	
	7	Анализ себестоимости продукции	6	
Практическое занятие		36	2,3	
1	Провести на практическом примере, используя данные предприятий комплексную оценку эффективности хозяйственной деятельности с расчетом показателей использования материальных ,трудовых и финансовых ресурсов.			
Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме, работа с литературой		38	3	
Тема 2.2. Анализ Финансовых	Содержание учебного материала			
	1	Понятие о финансовых результатах, составе прибыли и влияние факторов на изменение ее величины.	6	2

результатов	2	Показатели финансовых результатов. Анализ состава и изменения прибыли и её использование . Анализ прибыли от продажи продукции.	7	
	Практическое занятие			
	1	Решение практических примеров на применение анализа финансовых результатов.	38	2,3
	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме , работа с литературой		37	3
Всего:			204	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.02.03 Маркетинг			
Тема 3.1.1 Понятия и сущность маркетинга	Содержание Предмет, цели, задачи дисциплины. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Основные понятия маркетинга. Структурно-логическая схема дисциплины. Значение дисциплины в подготовке менеджеров.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Особенности и основные этапы становления маркетинга в России. Примеры российских компаний по использованию маркетинга. Перспективы развития маркетинга в Калужском регионе	5	3
Тема 3.1.2. Концепция развития рыночных отношений	Содержание История становления маркетинга как науки и вида деятельности, основные этапы развития маркетинга. Основные концепции развития рыночных отношений, понятие их отличительные особенности. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, сбытовая, маркетинга, социально-этичного маркетинга, маркетинга отношений: их сущность и понятие.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях	5	3

Тема 3.1.3. Окружающая среда маркетинга	Содержание		
	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Внутренняя среда, ее компоненты. Микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы.	2	2
	Макросреда маркетинга: понятие, субъекты, неконтролируемые факторы. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. SWOT-анализ	2	
	Практические занятия		
	Анализ окружающей среды торговой организации	6	2,3
Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Маркетинговая среда предприятия- УПМ Тахид-1	10	3	
Тема 3.1.4 Маркетинговые информация и маркетинговые исследования	Содержание		
	Маркетинговая информация: назначение, источники (вторичные и первичные, внутренние и внешние, полевые и кабинетные), принципы отбора, анализа. Классификация маркетинговой информации.	2	2
	Практические занятия		
	Разработка анкеты и проведение опроса	2	2,3
	Понятия, цели, задачи и объекты маркетинговых исследований. Рабочая гипотеза маркетингового исследования. Особенности маркетинговых исследований	2	
	Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов.	4	
	Методы маркетинговых исследований (качественные и количественные, полевые и кабинетные), их сравнительная характеристика	4	
	Проведение маркетинговых исследований рынка определённого вида товаров и принятие решений»	4	
Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Важнейшие направления маркетинговых исследований, их значение. Маркетинговые исследования как основное условие достижения экономического успеха. Проблемы и особенности осуществления маркетинговых исследований в России. Написание эссе «Преимущества хорошей и своевременной информации».	5	3	
Содержание			

Тема 3.1.5 Сегментирование рынка и позиционирование товара	Сегментирование рынка: понятие, назначение, признаки и методы. Критерии выбора целевых сегментов рынка. Стратегия охвата рынка Маркетинговые стратегии выбора целевого сегмента Позиционирование товара на рынке: понятие, основания, способы. Выбор и реализация стратегии. Формулировка позиции кампании. Основные методы прогнозирования запросов и предпочтений потребителей.	2	2
	Практические занятия		
	Исследование отдельного сегмента рынка. Отбор целевых сегментов рынка	4	2,3
	Сегментирование рынка определённого товара на основе географического и демографического, психологического и поведенческого принципа"	4	
	Разработка алгоритма формирования уникального товарного предложения	2	
Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Маркетинг как инструмент решения рыночных задач. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке как основа маркетинговой деятельности. Связь позиционирование товара с маркетинговой стратегией и с маркетинговой тактикой.	10	3	
Тема 3.1.6 Конкурентная среда	Содержание		
	Анализ конкурентной среды и принципы конкурентного анализа. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда. Схема анализа слабых и сильных сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов. Конкурентоспособность организации и товара: критерии, методы обеспечения . Классификация показателей, определяющих конкурентоспособность товара. Оценка конкурентоспособности товара. Многоугольник конкурентоспособности.	2	2
	Практические занятия		
	Анализ конкурентоспособности продукции и установление её конкурентных преимуществ	4	2,3
	Оценка конкурентоспособности организаций и установление её конкурентных преимуществ	4	
Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Конкурентные преимущества: ценовые и неценовые (качество потребительских услуг). Конкурентные преимущества, основные на внешних отношениях: лояльные покупатели; преимущества в налогообложении; месторасположения; взаимоотношения с поставщиками и др. Конкурентные преимущества, основные на внутренних отношениях: широкий ассортимент товаров; низкие издержки, за счет эффекта масштаба; ценовая политика; реклама; выгодные условия; высокое качество обслуживания, квалификация персонала и др.	9	3	

	Особенности конкурентной среды в России и их влияние на маркетинговую деятельность предприятий. Понятие: “Ключевые факторы успеха” и их применение.		
Тема 3.1.7. Ассортиментная политика	Содержание		
	Маркетинговое понятие товара. Уровни товара и его подкрепление Классификация товаров. Товар – как средство удовлетворения потребностей, его краткая характеристика «Рыночный жизненный цикл» товаров, его основные этапы и маркетинговые решения, характерные для этих этапов Матрица БКГ как инструмент анализа и формирования торгового ассортимента. Разработка концепции новых товаров: уровни, этапы разработка новых товаров (продукции, услуг) с учетом прогнозируемого спроса	2	2
	Практические занятия		
	Формирование и анализ торгового ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации	4	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Основные решения, принимаемые службой маркетинга относительно товара: марка товара, упаковка товара, маркировка товара, сервисное обслуживание. Ориентировка политики закупок магазина на конкурентный покупательский спрос и на получение необходимой доли прибыли с каждого товара. Зависимость маркетинговых решений в сфере закупок от специализации магазина .Особенности товарной политики российских предприятий	5	3
Тема 3.2. Ценовая политика	Содержание		
	Место ценовой политики в системе маркетинга. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен(прибыль или возмещение инвестиций, эластичность спроса относительно цены товара, специфика рыночного сегмента).	2	2
	Практические занятия		
	Расчет исходной цены товара. Выбор метода ценообразования. Решение ситуационных задач	6	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Вспомогательные инструменты ценообразования: купоны, скидки, пластиковые карты, ценовое лидерство, множественное ценообразование, выравнивание цен, нечетные и некруглые цены. Цена как наиболее гибкий элемент маркетингового бизнеса и ключевой фактор позиционирования.	5	3
	Содержание		

Тема 3.3. Средства распространения товаров	Сбытовая политика; понятия, цели и задачи сбыта. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики Средства распространения товаров: уровни, широта, критерии выбора каналов сбыта. Прямые и косвенные каналы распределения. Торговые посредники: виды, типы, сравнительная характеристика Факторы, влияющие на выбор посредников	1	2
	Практические занятия		
	Установление уровней каналов распространения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации	7	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Маркетинговые системы в сфере распределения. Основные решения, принимаемые руководством фирмы относительно формирования и управления каналом распределения. Товародвижение: организация эффективного сбыта и эффективного способа товародвижения.	10	3
Всего:		140	
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ:		72	
<ul style="list-style-type: none"> - 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 			

Для характеристики уровня освоения учетного материала используются обозначения: 1.ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств); 2.репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством); 3.продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов экономики организации, маркетинга, финансов, налогов и налогообложения, лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебного кабинета и учебных мест кабинетов:

- Комплект ученической мебели исходя из количества студентов
- Рабочее место преподавателя
- Программное обеспечение для проведения практических работ, проведения тестового контроля знаний студентов (текущего, рубежного, итогового)
- Комплект учебно-методического материала преподавателя
- Наглядные пособия: Схемы, таблицы, графики, рисунки, буклеты, плакаты по темам модуля
- Комплект карточек для проверки знаний студентов. Тесты по темам профессионального модуля

Оборудование лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности:

- Персональные компьютеры по количеству студентов
- Лицензионная компьютерная программа 1С. Предприятие 8.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

4.2.1 Основная учебная литература

1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг. Учебное пособие. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М., 2017. – 15 экз.
2. Маркетинг. Учебник для СПО. /под ред. В.П. Федько. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М., 2014. – 10 экз.
3. Одинцов В.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум. Учебное пособие для СПО. – М.: Академия, 2014. – 10 экз.
4. Перекрестова Л.В. Финансы, денежное обращение и кредит. Практикум. Учебное пособие для СПО. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Академия, 2015. – 10 экз.
5. Перекрестова Л.В. Финансы, денежное обращение и кредит. Учебник для СПО. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Академия, 2015. – 21 экз.
6. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности. Учебник для СПО. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 10 экз.
7. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение. Практикум. Учебное пособие для СПО. – 11-е изд., испр. – М.: Академия, 2015. – 10 экз.
8. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение. Учебник для СПО – 13-е изд., испр. – М.: Академия, 2015. – 15 экз.
9. Финансы и кредит. Учебник для СПО. /Под ред. О.И. Лаврушина. – 4-е изд. – М.: КНОРУС, 2013. – 15 экз.
10. Чечевицына Л.Н., Чечевицына К.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Учебник для СПО. – 7-е изд. – Ростов н/Д.: Феникс, 2014. – 10 экз.

4.2.2 Электронные издания (электронные ресурсы):

1. Чалдаева, Л. А. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для СПО / А. В. Дыдыкин ; под ред. Л. А. Чалдаевой. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 381 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02963-5.- www.biblio-online.ru
2. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для СПО / Г. Б. Поляк [и др.] ; под ред. Г. Б. Поляка, Е. Е. Смирновой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 385 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06431-5.- www.biblio-online.ru
3. Черник, Д. Г. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для СПО / Д. Г. Черник, Ю. Д. Шмелёв ; под ред. Д. Г. Черника, Ю. Д. Шмелёва. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03088-4. - www.biblio-online.ru
4. Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для СПО / В. Г. Пансков. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 436 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06335-6.- www.biblio-online.ru
5. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учеб. пособие для СПО / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 135 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07836-7. - www.biblio-online.ru
6. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник и практикум для СПО / Г. В. Шадрина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04620-5.- www.biblio-online.ru
7. Михалева, Е. П. Маркетинг : учеб. пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 213 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3.- www.biblio-online.ru
8. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9- www.biblio-online.ru
9. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. - www.biblio-online.ru

4.2.3 Дополнительная литература.

1. Абрамова Г.П. Маркетинг в АПК. – М.: Колос, 2011, Гриф Минобр
2. Агаркова, Л.В. Пути улучшения финансовых результатов предприятия / Л.В. Агаркова, И.М. Подколзина // Экономика. Бизнес. Банки. – №2 (11). – 2015. – С. 79-84.
3. Агекян, Л. С. Содержание анализа финансового состояния организации и решения, принимаемые на его основе / Л.С. Агекян // Молодой ученый. — 2015. — №4. — С. 329-331.
4. Алексунина. – 3-е изд., - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. Гриф Минобр
5. Андреев В.Д., Боков М.А. Теория и практика стратегического планирования/Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2017. 264 с.
6. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация/Н. Н. Андреева//Маркетинговые коммуникации. -2018. -№ 4. -С. 236 -247.

7. Артюхова, А. В., Литвин, А. А. Анализ финансово – хозяйственной деятельности предприятия: сущность и необходимость проведения / А.В. Артюхова, А.А. Литвин// Молодой ученый. — 2015. — №11. — С. 744-747.
8. Баранчеев В. П. Управление инновациями: учебник / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2014.
9. Баркалов, С. А. Формирование оптимального плана закупок. В 2 т. Т. 2/С. А. Баркалов, П. Н. Курочка, И. М. Смирнов, А. В. Щепкин//Современные сложные системы управления: материалы междунар. науч.-практ. конф./Воронеж. гос. арх.-строит. ун-т. -Воронеж, 2017. -С. 435-437.
10. Бердникова, Л. Ф., Портнова, Е. С. Технология анализа экономического состояния организации / Л.Ф. Бердникова, Е.С. Портнова // Молодой ученый. — 2016. — №17. — С. 374-377.
11. Бердникова, Л. Ф., Портнова, Е. С. Финансовое состояние организации: понятие и факторы, на него влияющие / Л.Ф. Бердникова, Е.С. Портнова // Молодой ученый. — 2016. — №17. — С. 372-374.
12. Березина Е.А. Исследование эффективности организации маркетинга на предприятии. СМАЛЬТА. 2017. № 6. С. 18-20.
13. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие/Т. А.Беркутова. - Ростов н/Д: Феникс, 2015. -254 с.
14. Бланк, И. А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк. — Киев: Эльга: Ника-Центр, 2014. — 784 с.
15. Бун Л. Современный маркетинг: Зарубежный учебник. М.: изд. ЮНИТИ-ДАНА, 2010, Гриф Минобр
16. Быкова, Н. Н. Сущность понятия финансового состояния предприятия в трактовке разных авторов / Н.Н. Быкова // Молодой ученый. — 2016. — №29. — С. 369-372.
17. Галлямова Л. М. Функционально-стоимостный анализ сбытовой деятельности предприятия [Текст] / Л. М. Галлямова // Молодой ученый. — 2015. — №9. — С. 563-567.
18. Герасименко, О.В., Петривская, А.В. Практические аспекты стабилизации финансового состояния организации в условиях кризиса / О.В. Герасименко, А.В. Петривская // Инновационная наука. 2017. № 1-1. С. 28-32.
19. Гусарова О.М. Методы и модели прогнозирования деятельности корпоративных систем//Теоретические и прикладные вопросы образования и науки. -Тамбов: Юком, 2014. -С. 42-43.
20. Гусарова О.М. Моделирование результатов бизнеса в менеджменте организации//Перспективы развития науки и образования. -Тамбов: Бизнес-Наука-Общество, 2014. -С. 42-43.
21. Дубровин И.А. Поведение потребителей: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. 312 с.
22. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. С. 122
23. Жариков А.В., Горячев Р.А. Прогнозирование спроса и объема продаж: Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. – 39 с.
24. Кондратьев А.Д. Маркетинг: концепции и решения. – М.: Олма-Пр. Инвест, 2011.Гриф Минобр
25. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру. Как создавать, завоевывать и удерживать рынок. М.: Альпина Бизнес Букс, 2010,Гриф Минобр
26. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг – менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. /Пер. с англ. Под науч. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2010. Гриф Минобр
27. Ющук Е. Конкурентная разведка. Маркетинг рисков и возможностей. Изд-во: Вершина, 2010. Гриф Минобр

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Контроль и оценка освоения основных видов профессиональной деятельности, профессиональных и общих компетенций проводится в процессе обучения и аттестации студентов.

В колледже при реализации учебных дисциплин и профессиональных модулей предусмотрены текущий контроль и промежуточная аттестация.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения в формах: устный опрос, письменная работа, тестирование, отчет по результатам практической работы, отчет по результатам лабораторной работы, защита проектов и т.д.

Промежуточная аттестация по дисциплинам, междисциплинарным курсам предусматривает сдачу зачета (дифференцированного зачета), экзамена, выполнение контрольной работы в соответствии с учебным планом.

Обучение по профессиональному модулю завершается сдачей экзамена квалификационного (квалификационного экзамена), предусматривающего решение ситуации. В состав экзаменационной комиссии на экзамене квалификационном (квалификационном экзамене), могут входить представители работодателя.

Формы и методы текущего и промежуточного контроля по учебным дисциплинам, междисциплинарным курсам, профессиональным модулям самостоятельно разрабатываются преподавателями, рассматриваются на заседаниях цикловых комиссий и доводятся до сведения обучающихся не позднее чем через два месяца после начала обучения.

Для текущего и промежуточного контроля образовательной организацией создаются фонды оценочных средств (ФОС).

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ПК 2.1 Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность выбора данных бухгалтерского учёта для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; - Соблюдение последовательности действий при проведении учёта товаров; - Соответствие оформления документации по учёту товаров установленным требованиям (стандартам); - Соответствие последовательности действий при проведении инвентаризации; - Соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> -защиты практических работ -контрольных работ по темам МДК
ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-	<ul style="list-style-type: none"> - Соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; - Правильность составления 	<p>Зачёты по каждому из</p>

распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; - Организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленным требованиям (стандартам); - Грамотность и скорость в оформлении организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами.	разделов профессионального модуля Тестирование, Решение ситуационных задач
ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	- Обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; - Правильность расчёта микроэкономических показателей; - Полнота анализа микроэкономических показателей; - Полнота анализа рынков ресурсов	
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	- Правильность расчёта основных экономических показателей коммерческой деятельности; - Правильность расчёта цены продукции; - Правильность расчёта заработной платы сотрудников ФОТ предприятия	
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	- Правильность определения потребности; - Правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя; - Аргументированность формирование 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; - Обоснованность 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 приёмов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; - Соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями, - Правильность составления финансовой документации и отчётов в соответствии с требованиями(стандартами);	
--	---	--

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Устный экзамен
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Контрольное тестирование Выполнение творческих заданий

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 8. Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.	Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы
ОК 9. Пользоваться иностранным языком как средством делового общения	- демонстрация способности владения иностранным языком.	Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	- демонстрация способности логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы
ОК 11. Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций	- демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач и выполнения мероприятий по защите населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.	Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	- демонстрация использования нормативных документов	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике

<p>ОК 13. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)</p>	<p>- демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности.</p>	
---	---	--