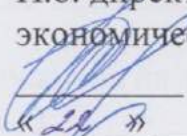


Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное
автономное образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

И.о. директора Торгово-
экономического института
 /Ю.Ю. Сулова/
« 24 » 03 2018 г.
Торгово-экономический
институт

**ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Профессиональный модуль ПМ.02 Организация и проведение
экономической и маркетинговой деятельности

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Красноярск 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Программу составили: преподаватель ОСПО Е.С. Микова
преподаватель ОСПО А.В. Тимофеев
преподаватель ОСПО Н.В. Тарима

Программа профессионального модуля обсуждена на заседании Совета ОСПО « 21 » марта 2018 г. протокол № 3

Заведующий ОСПО: Н.С. Зайцева

фамилия, инициалы, подпись

Дополнения и изменения в программе профессионального модуля на 201 /201 учебный год.

В программу вносятся следующие изменения: _____

Программа профессионального модуля пересмотрена и одобрена на заседании Совета ОСПО

« » _____ 201 г. протокол № _____

Заведующий ОСПО _____

фамилия, инициалы, подпись

Внесенные изменения утверждаю:

И.о. директора Торгово-экономического института:

Ю.Ю. Сулова

фамилия, инициалы, подпись

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	27

1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – 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**.

Примерная программа профессионального модуля может быть использована в качестве программы повышения квалификации.

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 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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего 459 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 387 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 256 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 131 час;

производственной практики – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.
ПК 1.2	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.
ПК 1.3	Принимать товары по количеству и качеству.
ПК 1.4	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.
ПК 1.5	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.
ПК 1.6	Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.
ПК 1.7	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.
ПК 1.8	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.
ПК 1.9	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.
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.
ПК 3.1.	Участвовать в формировании ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определять номенклатуру показателей качества товаров.
ПК 3.2.	Рассчитывать товарные потери и реализовывать мероприятия по их предупреждению или списанию.
ПК 3.3.	Оценивать и расшифровывать маркировку в соответствии с установленными требованиями.
ПК 3.4.	Классифицировать товары, идентифицировать их ассортиментную принадлежность, оценивать качество, диагностировать дефекты, определять градации качества.
ПК 3.5.	Контролировать условия и сроки хранения и транспортирования товаров, обеспечивать их сохраняемость, проверять соблюдение требований к оформлению сопроводительных документов.
ПК 3.6.	Обеспечивать соблюдение санитарно-эпидемиологических требований к товарам и упаковке, оценивать качество процессов в соответствии с установленными требованиями.
ПК 3.7.	Производить измерения товаров и других объектов, переводить внесистемные единицы измерений в системные.
ПК 3.8.	Работать с документами по подтверждению соответствия, принимать участие в мероприятиях по контролю.
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.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 7.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля (СПО)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1-4, ОК 6-7, ОК 10; ОК-12; ПК 2.2, ПК 2.9	Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение	91	70	24	-	21	-	-	-
ОК 1-4, ОК 6-7, ОК 10; ОК-12; ПК 2.2-2.4 ПК 2.9	Раздел 2. Изучение финансово-хозяйственной деятельности	68	48	14	-	20	-	-	-
ОК 1-4, ОК 6-7, ОК 10; ОК-12; ПК 2.5-2.8	Раздел 3. Маркетинг	228	138	52	-	90	-	-	-
ОК 1-4, ОК 6-7, ОК 10; ОК-12; ПК 1.1-1.10 ПК 2.1-2.9 ПК 3.1-3.8	Производственная практика (по профилю специальности), часов <i>(если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)</i>	72							72
	Всего:	459	256	90		131			72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 1 Финансы, налоги и налогообложение		91	
МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение		91	
Предмет, задачи дисциплины	Содержание дисциплины и ее задачи. Значение дисциплины для подготовки специалиста в условиях рыночной экономики.	2	2
Тема 1.1 Финансы	Содержание	2	2
	1. Сущность и функции финансов. Возникновение финансов, их связь с развитием товарно-денежных отношений. Социально-экономическая сущность финансов. Субъекты финансовых отношений. Функции финансов.		
	2. Роль финансов в экономике	2	
Тема 1.2 Сущность, функции и виды денег	Практические занятия	2	
	1. Сущность и происхождение денег		
	2. Функции денег		
	3. Виды денег		
Тема 1.3 Денежное обращение и денежная система	Содержание	4	2
	1. Понятие денежного обращения. Наличное и безналичное обращение, их единство и взаимосвязь. Формы безналичных расчетов. Денежно-кредитная политика.		
	2. Денежная масса и скорость обращения денег		
	3. Денежная система и ее элементы	2	
	Практические занятия		
	1. Денежная система Российской Федерации		
	2. Международная денежная система		
3. Инфляция и формы ее проявления			
Тема 1.4 Финансовая политика	Содержание	2	2
	1. Финансы как объект управления. Общие понятие об управлении финансами. Органы управления финансами. Содержание и значение финансовой политики. Финансовая политика государства на современном этапе.		
	Практические занятия	2	
	1. Понятие финансовой системы		
2. Характеристика сфер и звеньев финансовой системы Российской Федерации			
Тема 1.5 Финансовое	Содержание	2	2

планирование и методы финансового контроля	1.	Финансовое планирование и прогнозирование	2	
	2.	Характеристика финансовых планов и прогнозов		
	Практические занятия			
Тема 1.6 Бюджет и бюджетная система	1.	Финансовый контроль	4	2
	Содержание			
	1.	Социально-экономическая сущность государственного бюджета. Понятие государственных финансов. Основы бюджетного устройства и бюджетного процесса в Российской Федерации, его сущность и назначение. Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия. Бюджетно-финансовая политика государства на современном этапе.		
	2.	Бюджетная система Российской Федерации		
	3.	Состав и структура доходов и расходов государственного бюджета.		
4.	Социально-экономическая сущность внебюджетных фондов. Порядок образования и использования средств фондов.			
Тема 1.7 Основы законодательства о налогах и сборах	Практические занятия		2	
	1.	Законодательство о налогах и сборах.		
	2.	Нормативные акты, регулирующие отношения организаций и государства в области налогообложения		
Тема 1.8 Функции и классификация налогов	Содержание		4	2
	1.	Понятие налога и сбора. Общие условия установления налогов и сборов. Понятие налоговой системы.		
	2.	Функции налогов.		
	3.	Классификация налогов и сборов в РФ. Федеральные налоги и сборы. Региональные налоги и сборы. Местные налоги и сборы.		
Тема 1.9 Организация налоговой службы	Содержание		2	2
	1.	Федеральная налоговая служба России, ее структура. Основные задачи ФНС России		
	2.	Система налоговых органов Российской Федерации		
	Практические занятия		2	
	1.	Участники налоговых правоотношений		
	2.	Права и обязанности налогоплательщиков		
3.	Права и обязанности налоговых органов			
Тема 1.10 Федеральные налоги	Содержание		10	2
	1.	Налог на добавленную стоимость. Плательщики, объект налогообложения, место реализации, налоговая база и особенности ее определения в зависимости от вида деятельности. Налоговые периоды и ставки. Льготы и порядок освобождения от уплаты налога. Налоговые вычеты и порядок их применения. Порядок исчисления НДС. Сроки уплаты налога		
	2.	Налог на доходы физических лиц. Плательщики, объект налогообложения, особенности исчисления налоговой базы. Налоговый период. Доходы, не подлежащие налогообложению. Налоговые вычеты: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные. Налоговые ставки. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.		
	3.	Налог на прибыль организаций. Плательщики, объект налогообложения. Порядок определения доходов, классификация доходов. Расходы. Группировка расходов по элементам, внереализационные расходы. Порядок признания доходов и расходов при методе начисления, при кассовом методе. Порядок		

		определения налоговой базы. Налоговые ставки. Налоговый и отчетный периоды.		
	4.	Водный налог. Плательщики, объект налогообложения, налоговая база. Налоговый период и ставки. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.		
	Практические занятия		4	
	1.	Определение налоговой базы, расчет НДС, НДС/Л		
Тема 1.11 Региональные налоги	Содержание		4	2
	1.	Налог на имущество организаций. Плательщики, объект налогообложения, налоговая база. Налоговый период и ставки. Порядок исчисления и сроки уплаты налога		
	2.	Транспортный налог. Плательщики, объект налогообложения, налоговая база. Налоговый период и ставки. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.		
	Практические занятия		2	
	1.	Определение налоговой базы, расчет налога		
Тема 1.12 Местные налоги	Содержание		2	2
	1.	Земельный налог. Плательщики, объект налогообложения, налоговая база. Налоговый период и ставки. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.		
Тема 1.13 Специальные налоговые режимы	Содержание		4	2
	1.	Упрощенная система налогообложения. Плательщики, объект налогообложения. Порядок определения доходов и расходов. Налоговый период и ставки. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.		
	2.	Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности. Плательщики, объект налогообложения, налоговая база. Налоговый период и ставки. Порядок и сроки уплаты налога.		
	Практические занятия		2	
	1.	Определение налоговой базы, расчет налога		
Тема 1.14 Организация налогового контроля	Практические занятия		4	
	1.	Формы проведения налогового контроля		
	2.	Виды налоговых правонарушений и налоговые санкции за их совершение		
	3.	Налоговая декларация, порядок ее заполнения.		
	4.	Внесение изменений в налоговые декларации		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 1.				
<p>Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины «Финансы, налоги и налогообложение» заключается в:</p> <ul style="list-style-type: none"> – подготовке к практическим занятиям (изучение теоретического материала курса с использованием текста лекций и рекомендуемой литературы, ознакомлением с нормативными документами, регламентирующими организацию и ведение налогового учета в организациях; – выполнение конспектов по вопросам, выносимым на самостоятельное изучение – самостоятельном изучении методики и технологии расчётов отдельных налогов; – написании докладов (рефератов) по отдельным вопросам изучаемых тем дисциплины; – составление планов ответов, структурно-логических схем. – изучение основной и дополнительной литературы. – изготовление наглядных пособий по темам курса (таблиц, схем, кроссвордов, презентаций). – подготовка к текущей и итоговой аттестации. 			21	

Примерная тематика домашних заданий			
Тема 1.1 Финансы	Подготовка к тестированию		
Тема 1.2 Сущность, функции и виды денег	Подготовка к практической работе: составление докладов презентаций, подготовка к тестированию		
Тема 1.3 Денежное обращение и денежная система	Подготовка к практической работе: составление докладов презентаций, подготовка к тестированию		
Тема 1.4 Финансовая политика	Подготовка к практической работе: составление докладов презентаций, подготовка к тестированию		
Тема 1.5 Финансовое планирование и методы финансового контроля	Подготовка к практической работе: составление докладов презентаций, подготовка к тестированию		
Тема 1.6 Бюджет и бюджетная система	Подготовка к тестированию		
Тема 1.7 Основы законодательства о налогах и сборах	Подготовка к практической работе: Конспектирование НК РФ, составление докладов презентаций, подготовка к тестированию, изучение нормативно-правовых актов в области налогообложения		
Тема 1.8 Функции и классификация налогов	Составление докладов презентаций, подготовка к тестированию		
Тема 1.9 Организация налоговой службы	Подготовка к практической работе: конспектирование НК РФ, составление докладов презентаций, подготовка к тестированию		
Тема 1.10 Федеральные налоги	Подготовка к практической работе: конспектирование НК РФ, составление докладов презентаций, решение задач, подготовка к тестированию, заполнить таблицы		
Тема 1.11 Региональные налоги	Подготовка к практической работе: конспектирование НК РФ, составление докладов презентаций, решение задач, подготовка к тестированию, заполнить таблицы		
Тема 1.13 Специальные налоговые режимы	Подготовка к практической работе: конспектирование НК РФ, составление докладов презентаций, решение задач, подготовка к тестированию, заполнить таблицы		
Тема 1.14 Организация налогового контроля	Подготовка к практической работе: конспектирование НК РФ, составление докладов презентаций		
Раздел ПМ 2 Изучение финансово-хозяйственной деятельности			
МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности		68	
Тема 2.1 Предмет, содержание и задачи экономического анализа	Содержание	10	
	1. Цели и задачи экономического анализа. Предмет, объект и метод экономического анализа. Содержание экономического анализа.	8	2
	2. Виды экономического анализа		
	3. Способы и приемы общего анализа		
	4. Факторная система и её модели		
	Практические занятия	2	

	1.	Способы и приемы факторного анализа		
Тема 2.2 Организация аналитической работы на предприятии	Содержание		4	
	1.	Система показателей в экономическом анализе и их классификация	4	2
	2.	Информационное обеспечение экономического анализа. Требования, предъявляемые к организации экономического анализа. Этапы организации экономического анализа. Способы отражения аналитической информации		
Тема 2.3. Анализ товарооборота	Содержание		6	
	1.	Цели и задачи анализа товарооборота, информационное обеспечение анализа товарооборота. Анализ товарооборота по объёму продажи, его состава, структуры. Особенности анализа оборота оптовой торговли. Влияние факторов на товарооборот	2	2
	Практические занятия		4	
	1.	Анализ товарооборота в динамике по годам, анализ товарооборота отчётного года на равномерность и ритмичность выполнения плана ежемесячно, поквартально. Анализ структуры товарооборота. Анализ объёма продаж на основе баланса розничного товарооборота и определение величины влияния факторов на товарооборот.		
Тема 2.4. Анализ товарных ресурсов	Содержание		6	
	1	Цели, задачи и информационное обеспечение анализа товарных запасов. Анализ товарных запасов по составу, по ассортименту, по группам товаров. Анализ товарных запасов в динамике.	4	2
	2	Анализ товарного обеспечения. Анализ эффективности использования товарных ресурсов		
	Практические занятия		2	
	1	Анализ влияния показателей эффективности товарных запасов на объём реализации товаров		
Тема 2.5. Анализ трудовых ресурсов	Содержание		8	
	1	Цели, задачи и информационное обеспечение анализа трудовых ресурсов. Анализ структуры кадров.	6	2
	2	Анализ производительности труда Общий и факторный анализ влияния трудовых ресурсов на объём реализации товаров Анализ влияния показателей эффективности использования основных средств на производительность труда		
	3	Анализ движения кадров. Анализ фонда оплаты труда и средней заработной платы		
	Практические занятия		2	
	1	Общий и факторный анализ влияния трудовых ресурсов на объём реализации товаров Анализ влияния показателей эффективности использования основных средств на производительность труда		
Тема 2.6.	Содержание		6	

Анализ издержек обращения	1	Цели, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения. Структура издержек обращения в зависимости от изменения товарооборота. Анализ структуры издержек обращения по статьям расходов.	4	2
	2	Анализ общего уровня издержек обращения по отношению к прошлому году и плану (в целом по предприятию и по статьям затрат) Анализ экономии(перерасхода) издержек обращения по статьям затрат и в целом по предприятию. Анализ удельного веса статей издержек обращения в сумме издержек обращения по отношению к прошлому году и плану		
	Практические занятия		2	
	1	Анализ общего уровня издержек обращения по отношению к прошлому году и плану (в целом по предприятию и по статьям затрат). Анализ экономии(перерасхода) издержек обращения по статьям затрат и в целом по предприятию.		
Тема 2.7.Анализ финансовых результатов	Содержание		6	
	1	Цели, задачи и информационное обеспечение финансовых результатов. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия на основе Формы№2 «Отчёт о прибылях и убытках»(общий анализ)	4	2
		Анализ динамики финансовых результатов от основной деятельности торговой организации		2
	2	Анализ рентабельности финансово-хозяйственной деятельности- Форма№2 (прошлый год, план, отчётный год) Анализ влияния факторов деятельности предприятия на финансовый результат		
	Практические занятия		2	
	1	Анализ динамики финансовых результатов от основной деятельности торговой организации Анализ рентабельности финансово-хозяйственной деятельности- Форма№2 (прошлый год, план, отчётный год) Анализ влияния факторов деятельности предприятия на финансовый результат		
Тема 2.8. Анализ финансового состояния предприятия	Содержание		2	
	1	Цели, задачи и информационное обеспечение анализа финансового состояния торгового предприятия. Анализ показателей эффективности использования основного капитала, его движения, состояния и структуры Анализ дебиторской и кредиторской задолженности. Анализ показателей платёжеспособности и финансовой устойчивости Значение, задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Анализ оборачиваемости оборотных активов, деловой и рыночной активности предприятия. Показатели	2	2

		рентабельности продаж, капитала, их значение, расчет и анализ.		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 2			20	
<p>Самостоятельная работа студентов по изучению междисциплинарного курса «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» заключается в следующем:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подготовке к практическим занятиям (изучение теоретического материала курса с использованием текста лекций и рекомендуемой литературы, ознакомлением с методикой расчетов отдельных показателей; • выполнении конспектов по вопросам, выносимым на самостоятельное изучение; • самостоятельном изучении методики и технологии расчётов финансово-хозяйственной деятельности организации (предприятия); • написании докладов (рефератов) по проблемным вопросам изучаемых тем дисциплины; • составление планов ответов, структурно-логических схем; • изучение основной и дополнительной литературы; изготовление наглядных пособий по темам курса (таблиц, схем, кроссвордов); • подготовка к текущей и итоговой аттестации. <p>Индивидуальная работа со студентами нацелена на более глубокое усвоение дисциплины, отдельных ее разделов, тем; помощь студентам, пропустившим занятия по уважительной причине в освоении дисциплины.</p> <p>В ходе индивидуальной работы преподаватель оказывает студентам помощь в развитии их творческого мышления, обсуждаются проблемные вопросы курса.</p> <p>Основные формы индивидуальной работы со студентами:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Индивидуальные консультации по отдельным вопросам курса. 2. Решение типовых задач 3. Тесты по темам анализа 				
<p>Примерная тематика домашних заданий</p> <p>Повторение ранее изучаемого материала по дисциплине «Экономика организации» по темам:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оборот розничной торговли • Оборот оптовой торговли • Товарные запасы и показатели эффективности использования товарных запасов • Основные средства и показатели эффективности использования основных средств • трудовые ресурсы и показатели эффективности использования трудовых ресурсов • издержки обращения и показатели использования их • Показатели финансовых результатов и факторы, влияющие на них • Показатели финансового состояния, с целью определения величин влияния факторов на результативные показатели 				
<p>Производственная практика</p> <p>Оформление финансовых документов и отчетов Проведение денежных расчетов Расчет основных налогов Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</p>				

Раздел ПМ.03 Маркетинг			
МДК.02.03. Маркетинг		228	
Тема 3.1. Понятие и сущность маркетинга	Содержание	18	
	1 <i>Маркетинг как философия и методология предпринимательской деятельности</i> Философия бизнеса. Понятие и сущность маркетинга. Цели, задачи, принципы, маркетинга.	10	2
	2 <i>Функции и основные понятия маркетинга</i> Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, сделка, рынок. Комплекс маркетинга.		
	3 <i>Концепции управления маркетингом</i> Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий (сбытовая). Традиционная маркетинговая концепция. Концепция социально-этичного маркетинга. Концепция маркетинга взаимодействия.		2
	4 <i>Классификация маркетинга</i> Признаки классификации и краткая характеристика отдельных элементов классификации маркетинга. Типы маркетинга в зависимости от: состояния потребительского спроса, объекта применения, цели обмена, территории действия, сферы применения.		2
	Практические работы	8	
	1 Цели, задачи, функции маркетинга		
	2 Концепции управления маркетингом		
	3 Виды маркетинга. Комплекс маркетинга		
Тема 3.2. Маркетинговые исследования	Содержание	34	
	1 <i>Маркетинговая среда</i> Понятие и классификация маркетинговой среды. Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.	20	2
	2 <i>Маркетинговая информационная система и методы её сбора</i> Сущность системы маркетинговой информации. Свойства маркетинговой информации. Методы сбора маркетинговой информации. <i>Цели, направления и процедура маркетинговых исследований</i>		2
	3 <i>Исследование рынка.</i> Типы рынков. Доля рынка. Основные направления изучения рынка. Исследование спроса.		2
	4 <i>Сегментирование рынка</i> Процесс сегментирования рынка. Характерные черты, признаки и принципы сегментирования рынка. Методы сегментирования рынка. Выбор целевого рынка.		2
	5 <i>Позиционирование товара</i> Понятие позиционирования, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, основания для позиционирования, альтернативные способы позиционирования товаров.		2
	6 <i>Исследование поведения потребителей</i> Факторы, влияющие на поведение потребителей. Типы поведения потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Различные варианты принятия решения о покупке товара-новинки.		2
	Практические работы	14	
	1 Анализ маркетинговой среды торговой организации. Проведение SWOT-анализа.		
	2 Разработка анкеты: выявление потребительских предпочтений		

	3	Сегментирование рынка по географическим, демографическим, социально – экономическим, психографическим, поведенческим принципам.		
	4	Исследование потребительских мотиваций и поведения		
	5	Анализ восприятия новой продукции и ее потенциала		
	6	Позиционирование товаров. Альтернативные способы позиционирования товаров.		
Тема 3.3 Конкурентная среда	Содержание		10	
	1	<i>Основные понятия конкурентной среды.</i> Конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность предприятия, продукции и услуг; конкурентные преимущества.	6	2
	2	<i>Конкуренция и её роль в маркетинге.</i> Виды конкуренции с точки зрения маркетинга. Формы конкурентной борьбы. Основные модели конкурентного рынка: чистая конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Необходимость конкуренции в рыночных условиях		2
	3	<i>Конкурентоспособность товара.</i> параметры оценки конкурентоспособности товара и их сущность. Методология оценки конкурентоспособности товара. Проблемы создания конкурентоспособных российских товаров на современном этапе.		2
	Практические работы		4	
	1	Изучение конкурентной среды, конкурентоспособности предприятия, продукции и услуг.		
	2	Расчёт конкурентоспособности товара.		
Тема 3.4 Товар в системе комплекса маркетинга	Содержание		14	
	1	<i>Уровни товара. Маркетинговая классификация товара.</i> Понятие товара. Уровни товара. Классификация товара. Характеристика потребительских товаров. Товары производственного назначения.	8	2
	2	<i>Жизненный цикл товара.</i> Понятие ЖЦТ. Кривая ЖЦТ. Этапы ЖЦТ. Методы продления существования товара на рынке. Основные характеристики маркетинговой программы на различных этапах ЖЦТ.		2
	3	<i>Ассортимент товаров. Товарный знак.</i> Подходы к расширению товарного ассортимента. Товарная номенклатура. Товарный знак, его функции и значение в товарной политике.		2
	4	<i>Конкурентоспособность товара</i> Конкурентоспособность товара. Анализ конкурентоспособности товаров. Принципы конкурентоспособности товаров. Оценка конкурентоспособности товаров.		2
	Практические работы		6	
	1	<i>Жизненный цикл товара</i> Решение ситуационных задач		
	2	<i>Товарная политика</i> Решение ситуационных задач		
	3	Составление этапов жизненного цикла товара		

Тема 3.5 Цена в системе комплекса маркетинга	Содержание		12	
	1	<i>Цена в системе комплекса маркетинга</i> Функции цены. Виды цен. Процесс ценообразования. Факторы ценообразования.	8	2
	2	<i>Методы ценообразования</i> Понятие и система ценовых методов. Методы ценообразования, применяемые фирмой на рынке. Постановка целей и задач ценообразования. Определение спроса. Оценка издержек производства. Анализ цен и качества товаров конкурентов. Выбор метода ценообразования. Расчет исходной цены. Установление окончательной цены. Затратные, рыночные и эконометрические методы. Ценообразования.		
		<i>Стратегии ценообразования.</i> Стратегия «Снятия сливок». Стратегия «цены проникновения». Стратегия «среднерыночных цен». Стратегия «стабильных цен». Стратегия «скользящей падающей цены». Стратегия «роста проникающей цены». Стратегия дифференциации цен на взаимосвязанные товары. Стратегия «ценовых линий». Стратегия «ценовой дискриминации» Реакция на снижение цен конкурентами.		2
	Практические работы		4	
1	Маркетинговое ценообразование. Применение различных стратегий ценообразования. Изучение видов цен, характерных для разных стратегий.			
Тема 3.6 Система распределения в маркетинге	Содержание		10	
	1	<i>Каналы распределения в маркетинге.</i> Виды, функции каналов. Стратегии распределения.	6	2
	2	<i>Оптовая и розничная торговля. Товародвижение</i> Преимущества пользования услугами оптовиков. Виды оптовых продавцов. Функции розничных продавцов. Классификация форм организации розничной торговли. <i>Задачи, функции системы товародвижения.</i>		2
	Практические работы		4	
1	Система распределения в маркетинге			
Тема 3.7 Маркетинговые коммуникации	Содержание		28	
	1	<i>Комплекс продвижения</i> Маркетинговая коммуникационная система (реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа). Факторы, влияющие на структуру комплекса продвижения. Формирование бюджета продвижения.	18	2
	2	<i>Реклама в маркетинговой деятельности:</i> понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности.		
	3	<i>Организация рекламной кампании фирмы:</i> выбор видов и носителей рекламы; структура рекламы. Правила рекламы. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.		2
	4	<i>Стимулирование сбыта</i> Особенности стимулирования сбыта. Направления стимулирования сбыта. Стимулирование		2

		потребителей. Стимулирование сферы торговли и торгового персонала.		
	5	<i>Пропаганда. Личная продажа.</i> Понятие, функции, особенности пропаганды. Особенности персональной продажи. Процесс, этапы, виды личной продажи.		2
	Практические работы		10	
	1	Изучение правовых основ рекламной деятельности. Организация рекламной кампании: выбор видов и носителей рекламы; структура рекламы. Оценка эффективности рекламы.		
	2	Коммуникационная политика Решение ситуационных задач		
	3	Сбытовая политика Решение ситуационных задач		
	4	Исследование возможностей товародвижения		
Тема 3.8 Управление маркетингом	Содержание		8	
	1	<i>Стратегии маркетинга.</i> Портфельные стратегии. Стратегии роста. Стратегии конкуренции.	6	2
	2	<i>Планирование и контроль маркетинга</i> Подходы при планировании маркетинга. Этапы реализации практического маркетинга. План маркетинга. Контроль маркетинга: типы, цели, приемы и методы контроля. Организация службы маркетинга. Организационная структура маркетинга.		2
	Практические работы		2	
	1	<i>Анализ службы маркетинга торгового предприятия.</i> Определение организационной структуры управления маркетингом.		
Тема 3.9 Области применения маркетинга	Содержание		4	
	1	<i>Области применения маркетинга</i> Международный маркетинг. Интернет-маркетинг. Маркетинг услуг.	4	2
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 03.			90	
<p>К самостоятельной работе студентов в ходе изучения дисциплины «Маркетинг» относят: решение задач; подготовку к практическим занятиям: индивидуальную работу с литературой, конспектами лекций, самостоятельный поиск и изучение фундаментальной, современной научной и прикладной литературы, интернет-источников; индивидуальное творческое задание; подготовку к экзамену.</p> <p>Основной формой подготовки студентов к практическим занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными, опытом зарубежных и российских компаний по следующей схеме: повторение лекционного материала, углубленное изучение рекомендуемых источников. Затем необходимо ответить на вопросы, указанные в методических указаниях для самостоятельной работы студентов, и вопросы для самоконтроля.</p> <p>Изучив конкретную тему, студент может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Для этого в УМО дисциплины «Маркетинг» включены тесты для самоконтроля степени освоения студентом дисциплины. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю.</p> <p>3. Промежуточный и итоговый контроль.</p>				

<p><i>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</i></p> <p>Подготовить доклад: «Классификационные признаки маркетинга» Составить опорный конспект: «Основные виды маркетинга по сфере применения» Подготовить доклад: «Классификация потребностей» Подготовить доклад: «Мотивационный процесс» Подготовить сообщение: «Классификация потребителей по разным признакам» Подготовить сообщение: «Окружающая среда маркетинга» Подготовить опорный конспект: «Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей» Подготовить доклад: «Маркетинговое понятие товара» Средства распространения товаров Подготовить сообщение: «Торговые посредники» Подготовить доклад: «Виды сбыта» Разработать анкету провести опрос и проанализировать результаты. Разработать диаграммы по принципам сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально – экономические, психографические, поведенческие. Изучить конкурентную среду предприятия местной промышленности, конкурентоспособность его продукции (или услуг). Подготовить доклады по Проблемам создания конкурентоспособных российских товаров на современном этапе. Составить слайды конкурентоспособных российских товаров Изучить на местном рынке стратегии ценообразования. Составить проект маркетинговой части бизнес плана Разработать стандарт предприятия по Организации рекламной кампании фирмы: определив требования, правила выбора видов и носителей рекламы. Составить опорный конспект по источникам (внутренним и внешним), маркетинговой информации: назначение, принципы отбора. Разработать проект Организации маркетинговых исследований. Составить опорный конспект по Основным этапам процесса стратегического планирования. Подготовить доклад по контролю за выполнением планов стратегического планирования.</p>		
<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ:</p> <p>Анализ маркетинговой среды торгового предприятия; Анализ маркетинговой деятельности предприятия по всем пунктам комплекса маркетинга (продукт, цена, распределение, продвижение); Анализ организации службы маркетинга на предприятии.</p>		
Всего	459	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Перечень необходимого программного обеспечения

- Операционная система: Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лиц сертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный
- Офисный пакет: Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лиц сертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный
- Антивирус: ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лиц сертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017;
- Kaspersky Endpoint Security Лиц сертификат 2462170522081649547546 от 22.05.2017

4.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

- Электронно-библиотечная система «СФУ» [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающей в фонд СФУ и библиотек-партнеров. – Красноярск, [2006]. – Режим доступа <http://bik.sfu-kras.ru/>
- Электронно-библиотечная система Издательства «Лань» [Электронный ресурс]: база данных содержит коллекцию книг, журналов и ВКР. – Санкт-Петербург, [2011]. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>
- Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM (ИНФРА-М) [Электронный ресурс]: база данных содержит учебные и научные издания. – Москва, [2011]. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/>
- Электронная библиотека диссертаций РГБ [Электронный ресурс]: ЭБД содержит около 800 тыс. полных текстов кандидатских и докторских диссертаций на русском языке по всем отраслям наук. – Москва, [1999]. – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru>
- Электронно-библиотечная система eLibrary [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о научных публикациях на русском языке. – Москва, [2000]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
- Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт» [Электронный ресурс]: база данных содержит учебные и научные издания. – Москва, [2011]. – Режим доступа: <http://rucont.ru>
- База данных «Общественные и гуманитарные науки / EASTVIEW» [Электронный ресурс]: база содержит периодические издания по общественным и гуманитарным наукам, журналы по вопросам педагогики и образования. – Москва, [2006]. – Режим доступа: <http://www.ebiblioteka.ru/newsearch/basic.jsp>

4.3 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю

ОСПО располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом специальности и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение	Кабинет бухгалтерского учета № 829 ул. Лиды Прушинской, зд.2	Оборудование: 1. персональный компьютер с монитором-1шт; 2. проектор -1шт; 3. экран-1шт; 4. тематические стенды. Мебель: 1. посадочные места по количеству обучающихся; 2. рабочее место преподавателя; 3. учебная доска; 4. шкафы -3шт.
2.	МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	Кабинет менеджмента и маркетинга № 825 ул. Лиды Прушинской, зд.2	Оборудование: 1. проектор -1шт; 2. экран-1шт; 3. ноутбук-1шт; 4. тематические стенды. Мебель: 1. посадочные места по

			<p>количеству обучающихся</p> <p>2. рабочее место преподавателя</p> <p>3. учебная доска</p> <p>4. шкафы-3шт.</p>
3.	МДК 02.03. Маркетинг	Кабинет менеджмента и маркетинга № 825 ул. Лиды Прушинской, зд.2	<p>Оборудование:</p> <p>1. проектор -1шт;</p> <p>2. экран-1шт;</p> <p>3. ноутбук-1шт;</p> <p>4. тематические стенды.</p> <p>Мебель:</p> <p>1. посадочные места по количеству обучающихся</p> <p>2. рабочее место преподавателя</p> <p>3. учебная доска</p> <p>4. шкафы-3шт.</p>

4.4 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / В.А. Галанов. — 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 414 с. — (Среднее профессиональное образование). Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=889654>
2. Налоги и налогообложение: Учебное пособие / Захарьин В.Р., - 3-е изд., перераб. и доп. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=468094>
3. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Канке А.А., Кошева И.П., - 2-е изд., испр. и доп. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 288 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=556741>
4. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=537690>

Дополнительная литература:

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций: Учебное пособие / И.В. Кобелева, Н.С. Ивашина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=469818>
2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Практикум: Учебное пособие / О.В.Губина, В.Е.Губин. - 2 изд., перераб. и доп. - М.:ИД ФОРУМ: НИЦ

- ИНФРА-М, 2013 - 192 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование).
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=402717>
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер.- Москва : Питер, 2015. - 800 с.
 4. Маркетинг коммерции [Текст] : практикум : учебное пособие : [для вузов по специальности 080111 "Маркетинг" / под ред. И. М. Синяевой ; И. М. Синяева и др.]- Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 182 с.
Режим доступа: <http://www.znanium.com/bookread.php?book=361399>
 5. Маркетинг: Учебник / Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат)
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=608883>
 6. Матюшенкова, Н. Г. Маркетинг [Текст] : учеб. пособие для сред. проф. образования / Н. Г. Матюшенкова.- М. : Академия, 2012. - 271 с.
 7. Налоги и налогообложение: Учебное пособие/Аронов А. В., Кашин В. А., 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 576 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514617>
 8. Перекрестова, Л. В. Финансы и кредит [Текст] : учебник для сред. проф. образования / Л. В. Перекрестова, Н. М. Романенко, С. П. Сазонов.- М. : Академия, 2013. - 334 с.
 9. Финансы торговых организаций: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Коммерция (торговое дело)" и "Маркетинг" / Лупей Н.А., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 143 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=883796>
 10. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / В.П. Климович. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391515>

Нормативные акты:

1. Российская Федерация. Законы. Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 № 145-ФЗ (в ред. Федерального закона от 5.08.2000 № 116-ФЗ)
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс РФ ч. 1: Федеральный закон от 31.07.1998 № 51-ФЗ
3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс РФ ч.2: Федеральный закон от 30.11.1994 № 52-ФЗ
4. Российская Федерация. Законы. О денежной системе РФ: Федеральный закон РФ // Экономика и жизнь 1992 № 43
5. Налоговый Кодекс Российской Федерации: с изм.и доп.на 1 сентября 2012 года – М.: ООО «Рид Групп», 2012. – 672с – (Новейшее Российское законодательство)

Учебно-методическая литература:

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: сборник тестов для самостоятельной работы / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Е.П. Шевцова. – Красноярск, 2016. – 26с.

2. Маркетинг: методические рекомендации для самостоятельной работы студентов / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Л.И. Багузова. – Красноярск, 2016. – 52 с.
3. Маркетинг: сборник задач и тестов для самостоятельной работы студентов / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Е.С. Микова. – Красноярск, 2016. – 106 с.
4. Финансы, налоги и налогообложение: методические указания для самостоятельной работы студентов / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. А.В. Тимофеев. – Красноярск, 2017. – 29 с.
5. Финансы, налоги и налогообложение: сборник тестов / ФГАОУ ВО СФУ Торгово-экономический институт; сост. А.В. Тимофеев. – Красноярск, 2017. – 47 с.

Интернет ресурсы

www.marketolog.ru – Сайт гильдии маркетологов.

<http://www.marketing.spb.ru/> - Энциклопедия маркетинга: справочная, методическая и аналитическая информация, относящаяся к управлению компанией, инвестициям, финансам, маркетингу.

<http://www.rnk.ru/> - Журнал «Российский налоговый курьер»

<http://www.globfin.ru/> - Мировая экономика, финансы и инвестиции

<http://www.finanz.ru/> - Финансовые новости: статьи, оценка, аналитика

www.finmarket.ru — Информационное агентство ФинМаркет

www.mirfin.ru — Мир финансов

4.5 Общие требования к организации образовательного процесса

Перед изучением модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» обучающиеся изучают следующие дисциплины: «Экономика организации», «Статистика», «Менеджмент», «Правовое обеспечение деятельности», «Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Организация коммерческой деятельности» и «Организация торговли»

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля является успешное освоение теоретического материала по междисциплинарным курсам, входящим в профессиональный модуль.

4.6 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

Наличие высшего образования, соответствующего профилю модуля «Изучение конъюнктуры рынка, выявление и формирование спроса на товары».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой, педагогический состав: высшее образование, соответствующее профилю модуля.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, учебной практики, а также при выполнении обучающихся индивидуальных заданий.

Результаты	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.5. Выявлять виды и разновидности потребностей, спрос, средства их удовлетворения, изучать конъюнктуру рынка.	- анкетирование: «Виды потребностей» Правильность выбора анкеты и организация процесса анкетирования, анализ результатов анкетирования.	Экспертная оценка анкеты
	оценки потенциала рынка и фактического уровня спроса на товары	Решение ситуационных заданий
	-анализ спроса и предложения	Решение ситуационных заданий
ПК 2.8. Обеспечивать продвижение товаров через каналы распределения, формировать спрос с использованием методов маркетинговых коммуникаций.	-исследование возможностей товародвижения -анализ эффективности рекламы - исследование целевой аудитории потребителей	Экспертная оценка выполнения практических работ
ПК 2.7. Принимать участие в проведении маркетинговых исследований и разработке комплекса маркетинговых мероприятий.	- демонстрация навыков составления инструментария и проведения маркетинговых исследований: Разработка анкет различных видов (выявление потребностей на определенную группу товара, выявление определенного сегмента рынка и др.) Проведение интервью Разработка опросов разных направлений Организация стимулирования процесса продвижения товара (проведение рекламных акций, презентаций и др.)	Экспертная оценка правильности составления инструментов маркетинговых исследований, наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе проведения интервью
ПК 2.1. Анализировать товарную политику организаций, участвовать в её разработке.	демонстрация навыков: составления этапов жизненного цикла товара, маркетинговая разработка нового товара	Экспертная оценка выполнения практических работ

ПК 2.3. Классифицировать услуги по разным признакам, выявлять и учитывать факторы, влияющие на их качество.	Изучение спроса на услуги	Экспертная оценка выполнения практических работ
ПК 2.6. Способствовать формированию и поддержанию потребительских предпочтений, проводить маркетинговые исследования по изучению потребительских предпочтений.	Проведение маркетинговых исследований Разработка анкеты: выявление потребительских предпочтений	Экспертная оценка выполнения практических работ
ПК 2.5. Определять факторы, влияющие на поведение потребителей, управлять этим поведением.	Исследование потребительских мотиваций и поведения, анализ восприятия новой продукции и ее потенциала	Экспертная оценка выполнения практических работ

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
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация интереса к будущей специальности товароведа	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения по изучению конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары. демонстрация эффективности и качества выполнения задач, стоящих перед товароведом.	Устный экзамен Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач по	Экспертное наблюдение и оценка на практических и

	изучению конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары.	лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные для изучения конъюнктуры рынка, выявлению и формированию спроса на товары.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 4. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– решение нетиповых профессиональных задач с привлечением самостоятельно найденной информации; - оформление результатов самостоятельной работы с использованием ИКТ (презентация, реферат и пр.)	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 5. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; - выполнение обязанностей в соответствии с ролью в группе; - участие в планировании организации групповой работы;	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик
ОК 6,7, 8. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	самоанализ и коррекция результатов собственной работы	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик