

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«НОРИЛЬСКИЙ ТЕХНИКУМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
И СЕРВИСА»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой
деятельности

для специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Количество часов - 469

Составитель: Тимербаева Ольга Наильевна, преподаватель высшей
квалификационной категории

2019

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (Приказ Минобрнауки России от 15.05.2014 № 539 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)» (Зарегистрировано в Минюсте России 25.06.2014 № 32855) и в соответствии:

- с Положением «О порядке разработки и требованиях к содержанию и оформлению рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей на основе ФГОС в краевом государственном бюджетном профессиональном образовательном учреждении «Норильский техникум промышленных технологий и сервиса», утвержденным приказом директора Норильского техникума промышленных технологий и сервиса от 21 декабря 2018г. №01-11/297.

Организация-разработчик: КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «НОРИЛЬСКИЙ ТЕХНИКУМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СЕРВИСА»

СОДЕРЖАНИЕ

1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	40
5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	43

1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

1.1 Область применения рабочей программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 34.02.04 «Коммерция (по отраслям)», входящей в укрупненную группу 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности и соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК) ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12; ПК 2.1 - 2.9:

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

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

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

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

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

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

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

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

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.

Дополнительные ПК:

Пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими порядок налогообложения.

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

Дополнительный (вариативный) опыт:

- составления налоговых деклараций по установленным формам.

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;

Дополнительные (вариативные) умения:

– использовать региональное и местное законодательство по налоговым вопросам при составлении расчетов;

- осуществлять контроль за правильностью исчисления.

- читать баланс банка;

- анализировать структуру пассивных и активных операций банка;

– рассчитывать экономические нормативы, регулирующие деятельность коммерческих банков;

- определять кредитоспособность заемщика;

– рассчитывать финансовые показатели, оценивающие кредитоспособность заемщика;

- составлять кредитный договор;

– планировать и организовывать рекламную работу на предприятиях различной сферы деятельности и организационно-правовой сферы;

- составлять рекламные тексты и объявления;
 - применять методы рекламной деятельности для получения качественного рекламного продукта;
 - проводить рекламную кампанию;
 - правильно размещать рекламу на различных рекламных носителях;
 - наладить взаимоотношения участников рекламного процесса;
 - рассчитывать экономический эффект от проведения рекламных мероприятий.
- 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.
- Дополнительные (вариативные) знания:
- действующий общий режим налогообложения юридических и физических лиц и специальные налоговые режимы;
 - состав федеральных, региональных и местных налогов.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 662 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 469 час, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 385 часов, в том числе вариативной части 230 часов.

Самостоятельной работы обучающегося – 193 часа;

Учебной и производственной практики – 84 часа.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения 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 результата обучения
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.
ДПК. 01	Пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими порядок налогообложения;
ДПК. 02	Читать баланс банка;
ДПК. 03	Анализировать структуру пассивных и активных операций банка;
ДПК. 04	Рассчитывать экономические нормативы, регулирующие деятельность коммерческих банков;
ДПК. 05	Определять кредитоспособность заемщика;
ДПК. 06	Рассчитывать финансовые показатели, оценивающие кредитоспособность заемщика;
ДПК. 07	Планировать и организовывать рекламную работу на предприятиях различной сферы деятельности и организационно-правовой сферы;
ДПК. 08	Составлять рекламные тексты и объявления;

ДПК. 09	Применять методы рекламной деятельности для получения качественного рекламного продукта;
ДПК. 10	Проводить рекламную кампанию;
ДПК. 11	Правильно размещать рекламу на различных рекламных носителях;
ДПК. 12	Наладить взаимоотношения участников рекламного процесса;
ДПК. 13	Рассчитывать экономический эффект от проведения рекламных мероприятий.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК10.	Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3 СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций (в соответствии с ФГОС СПО и паспортом рабочей программы профессионального модуля)	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
ПК 2.1., 2.2. ДПК	Раздел 1 Финансы, налоги и налогообложение	269	179	70	20	90		48	
ПК 2.3., 2.4., 2.9.	Раздел 2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия	132	88	41		44			
ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК	Раздел 3 Маркетинг	177	118	46		59			
	Учебная практика	48							
	Производственная практика (по профилю специальности),	36							36
	Всего:	662	385	157	20	193	*	48	36

3.3 Содержание обучения по профессиональному модулю «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	Коды формируемых компетенций (ОК, ПК)
1	2		3	4
	ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»			
РАЗДЕЛ 1 ФИНАНСЫ, НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ			*	
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение.			269	
Раздел 1 Финансы и кредит			60	
Тема 1.1.Финансы и финансовая система в условиях рыночных отношений	Содержание		6	ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 01
	1	Основные понятия: финансы и финансовая система. Экономическая сущность финансов в условиях рыночных отношений.		
	2	Финансовые отношения: понятие, их характеристика. Назначение и функции финансов в общественном воспроизводстве.		
	3	Финансовая политика государства в современных условиях: понятие ,цели и задачи, основные направления. Совершенствование финансовой системы в условиях рыночных отношений.		
	4	Финансовый рынок и его элементы		
	Практические занятия:		1	
1	Заполнить таблицу «Финансовый рынок и его элементы»			
Тема 1.2 Управление финансами	Содержание		6	ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 01
	1	Управление финансами: общее понятие, назначение. Органы управления, их функции.		
	2	Финансовое планирование и прогнозирование в условиях рыночной экономики: понятие, назначение, краткая характеристика.		
	3	Представление о финансовом плане организации и его содержание. Финансовый контроль: понятие, объекты, назначение, виды, органы, их функции.		
	Практические занятия:		1	
	1	Заполнить таблицу « Органы управления, их функции»		
Тема 1.3 Финансы государства и их использование	Содержание		8	ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 01
	1	Финансы государства: понятие, назначение, структура, их роль в экономическом и социальном развитии РФ.		
	2	Бюджетная система РФ: понятие, назначение, принципы ее построения и функционирование.		
	3	Федеральный бюджет РФ, его значение, состав и структура. Состав и структура доходов и		

		расходов государственного федерального бюджета. Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия.		
	4	Внебюджетные фонды(Пенсионный фонд, Фонд государственного социального страхования, Фонд обязательного медицинского страхования), их сущность и назначение. Источники формирования и направления расходования внебюджетных фондов в РФ.		
	Практические занятия:		3	
	1	Заполнить таблицу «Состав и структура доходов и расходов государственного федерального бюджета»		
2	Решение задач на расчет отчислений во внебюджетные фонды			
Тема 1.4 Финансы предприятий и их использование	Содержание		12	ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 01
	1	Финансы предприятий, их назначение, структура и особенности формирования в предприятиях разных организационно-правовых форм.		
	2	Формы коммерческих организаций и принципы их финансовой деятельности.		
	3	Финансы некоммерческих организаций.		
	4	Финансовые ресурсы предприятий: понятие, назначение, их характеристика. Источники формирования финансовых ресурсов. Собственные и заемные средства (капитал).		
	5	Основные и оборотные средства предприятий: понятие, классификация, структура и источники формирования.		
	6	Нематериальные активы: понятие, сущность и порядок формирования.		
	7	Показатели эффективности использования основных и оборотных средств предприятия. Методика расчета потребности предприятия в оборотных средствах.		
	Практические занятия:		9	
	1	Решение задач на расчет балансовой и чистой прибыли		
	2	Заполнить таблицу «Источники формирования финансовых ресурсов»		
	3	Решение задач на расчет потребности в оборотных средствах.		
	4	Решение задач на расчет показателей эффективности использования основных средств предприятия		
	5	Решение задач на расчет показателей эффективности использования оборотных средств предприятия		
	Тема 1.5. Денежное обращение	Содержание		8
1		Деньги: понятие, происхождение, сущность и виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений.		
2		Денежная система РФ: понятие, назначение, построение, характеристика.		
3		Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства.		
4		Скорость денежного обращения. Факторы, воздействующие на скорость денежного обращения.		
5		Инфляция и антиинфляционная политика		
Практические занятия:		2		
1				Заполнить таблицу «Формы стоимости»
				Заполнить таблицу «Методы стабилизации денежного обращения»
Тема 1.6 Система страхования		Содержание		
	1	Место страхования в финансовой системе государства, его сущность и функции.	2	ПК 2.1., 2.2.

		Формы организации страхового фонда. Участники страховых отношений и страхового рынка. Развитие страхового рынка.		ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 01
	2	Социальное страхование. Личное страхование. Имущественное страхование и страхование ответственности.		
	Практические занятия:		2	
	1	Оформление договоров: имущественного страхования, страхования ответственности.		
Раздел 2 Рынок капитала			50	
Тема 2.1 Ссудный капитал. Кредит и кредитная система.		Содержание	4	
	1	Сущность, необходимость и роль кредита. Классификация кредитов: банковский, государственный, товарно-коммерческий, потребительский, ипотечный, международный, их характеристика. Формирование рынка капиталов в РФ. Кредит как форма движения ссудного капитала. Функции кредита. Основные формы кредита.		ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	2	Кредитная система. Новые виды кредитов: лизинг, кредитные карточки, ипотека.		
	3	Принципы кредитования предприятий различных организационно-правовых форм собственности.		
	4	Кредитный договор: понятие, назначение, его содержание и порядок заключения. Порядок получения и погашения кредитов. Условия прекращения действия кредитного договора.		
	Практические занятия:		7	
	1	Заполнить таблицу « Основные формы кредита»		
	2	Решение задач на расчет показателей платежеспособности.		
	3	Решение задач на расчет потребности в кредите и суммы процентов с него.		
	4	Составление кредитного договора.		
Тема 2.2 Банки и банковская система		Содержание	3	ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	История развития банковского дела. Банковская система России и направления ее дальнейшего развития. Современная банковская система и ее функционирование. История возникновения и сущность центральных банков. Основные функции центральных банков. Виды банков и банковские операции.		
	2	Назначение, функции, принципы деятельности, формы собственности и структура коммерческого банка. Порядок создания и ликвидации коммерческого банка.		
	3	Центральный Банк России как орган контроля и регулирования деятельности коммерческих банков.		
	Практические занятия:		2	
	1	Решение ситуационных задач на определение минимальной суммы, которую банк должен выплачивать ежегодно в виде дивидендов по привилегированным акциям.		
Тема 2.3 Коммерческий банк и система денежных расчетов. Операции коммерческого банка по формированию ресурсов		Содержание	6	ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Система денежных расчетов и платежный механизм. Система межбанковских расчетов. Формы расчетов и платежные документы. Собственные, заемные и привлеченные средства коммерческих банков. Кредитный потенциал банка.		

	2	Кредит и его роль в экономике. Банковский кредит: исходные понятия. Состав кредитных операций банков и их содержание. Виды банковских кредитов. Законодательная база банковского кредитования в России. Кредитная политика банка и механизмы ее реализации. Информационная база разработки и реализации кредитной политики.		
	3	Принципы банковского кредитования. Этапы процесса кредитования. Организационное обеспечение кредитной деятельности банка. Цена банковского кредита: природа, расчет, получение.		
	4	Организация кредитования корпоративных заемщиков и физических лиц. Кредитные линии. Кредитование с овердрафтом. Кредитование ценными бумагами.		
	5	Потребительское кредитование и его варианты. Ипотечное кредитование. Кредиты на образование.		
	6	Рынок межбанковских кредитов: основные понятия и главная функция. Организация межбанковского кредитования. Механизм рефинансирования и кредиты Банка России коммерческим банкам: назначение и правовая база.		
	Практические занятия		10	
	1	Решение ситуационных задач на определение расходов банка по привлечению дополнительного капитала.		
	2	Решение ситуационных задач на определите сумму выплаченную владельцу векселя, и сумму дохода (дисконта), полученного банком.		
	3	Решение ситуационных задач на определение суммы начисленных процентов при условии их начисления в конце срока.		
	4	Решение ситуационных задач на расчёт коэффициента ипотечной задолженности.		
	5	Решение ситуационных задач на определение суммы начисленных процентов при условии их ежемесячного причисления		
Тема 2.4 Организация банковских операций, приравненных к кредитным	Содержание		2	
	1	Лизинговые, факторинговые, гарантийные операции коммерческих банков. Теоретические основы лизинговых отношений. Правовое регулирование лизинговых отношений. Организационное и методическое обеспечение лизингового процесса. Бизнес-план инвестиционного проекта лизингополучателя. Управление лизинговым процессом.		ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	2	Содержание и характерные особенности факторинга. Организационно-правовые аспекты факторинга. Механизм осуществления факторингового обслуживания. Развитие факторинга в России: проблемы и перспективы		
	Практические занятия			
	1	Заполнить таблицу «Различия между лизингом и факторингом»	1	
Тема 2.5 Основные операции коммерческих банков	Содержание		3	
	1	Учет в банках. Активы коммерческих банков. Основные операции коммерческих банков.		ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	2	Структура и общая характеристика пассивных операций банков. Формирование собственных ресурсов банка: российская практика и международные стандарты. Депозитные и не депозитные операции банков.		
	3	Экономическое содержание и классификация активных операций банка. Структура активов		

		банка. Международная практика оценки качества активов. Качество активов российских банков. Принципы управления единым портфелем активов и пассивов банка. Чистая процентная маржа и ее анализ.		
	Практические занятия		4	
	1	Решение ситуационных задач		
	2	Составьте схему прямого финансового лизинга и опишите соответствующие операции. Определите погашаемую сумму и сумму процентов за кредит.		
Тема 2.6 Банковский менеджмент и банковский маркетинг	Содержание		2	ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Банковский менеджмент. Цели и задачи банковского менеджмента. Организационная структура управления банком. Управление пассивными операциями. Управление активными операциями. Управление ликвидностью банка. Управление персоналом банка. Управление материально-технической базой банка		
	2	Банковский маркетинг и его содержание. Банковский маркетинг и сегментация рынка. Доходы, расходы и прибыль коммерческого банка. Основные факторы, влияющие на формирование прибыли коммерческого банка.		
	Практические занятия		6	
	1	Постройте два варианта схем взаимосвязи кредитных рисков с другими рисками. Поясните их на примерах. Оцените степень риска указанных банковских операций по двухбалльной шкале и сгруппируйте обязательства по степени риска		
	2	Решение ситуационных задач на определение рентабельности деятельности коммерческого банка.		
	3	Решение ситуационных задач. Исходя из условий предыдущей задачи, определите уровень прибыли в доходах банка.		
	Раздел 3 Финансирование и кредитование капитальных вложений			14
Тема 3.1 Капитальные вложения и источники их финансирования	Содержание		2	ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Капитальные вложения как способ воспроизводства основных средств. Источники и методы финансирования капитальных вложений.		
	2	Долгосрочное кредитование капитальных вложений. Условия открытия финансирования капитальных вложений. Финансирование ремонта основных средств.		
	Практические занятия		2	
1	Решение ситуационных задач.			
Тема 3.2 Инвестиции и инвестиционная политика	Содержание		5	ПК 2.1., 2.2. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Понятие инвестиций, их виды. Инвестиционная политика государства. Организация финансирования инвестиций.		
	2	Методы оценки инвестиций. Определение стоимости ресурсов. Методы оценки инвестиций. Особенности привлечения инвестиций.		
	3	Роль и задачи финансового планирования. Финансовое планирование на предприятиях. Перспективное финансовое планирование. Текущее финансовое планирование.		
	4	Определение финансового контроля.		

		Методы проведения финансового контроля.		
	5	Валютная система. Национальная, мировая и международная валютные системы. Конвертируемость валюты. Валютный курс. Системы валютного курса. Международные валютные организации и ММВБ.		
	Практические занятия		5	
	1	Решение ситуационных задач		
	2	Решение ситуационных задач.		
	3	Решение ситуационных задач.		
Раздел 4 Налоги и налогообложение			55	
Тема 4. 1 Основы и методология налогообложения.	Содержание		6	ПК 2.2., 2.3. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Налоги и сборы: понятие, назначение в соответствии с Налоговым кодексом РФ. Экономическая сущность налогов и сборов, их объективная необходимость.		
	2	Функции налогов, их взаимосвязь. Принципы налогообложения.		
	3	Законодательство о налогах и сборах. Роль Налогового кодекса РФ в формировании единой правовой базы налогообложения. Полномочия финансовых органов по вопросам применения законодательства о налогах и сборах.		
	4	Субъекты налоговых отношений. Плательщики налогов и сборов, налоговые агенты, их права, обязанность и ответственность.		
	5	Налоговые органы, их задачи, структура, функции, права, обязанность и ответственность. Таможенные органы, их полномочия и ответственность в области таможенных платежей. Налоговое обязательство и условия его возникновения.		
	6	Элементы налогообложения и их характеристика.		
	7	Способы обеспечения исполнения обязанностей по уплате налогов и сборов. Налоговая декларация как форма налоговой отчетности. Взыскание налога, сбора, пени.		
	Практические занятия		2	
	1	Заполнение налоговой декларации		
Тема 4.2 Налоговый контроль и ответственность за налоговые правонарушения	Содержание		2	ПК 2.2., 2.3. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Налоговый контроль в системе налогового администрирования: понятие, назначение. Формы и методы налогового контроля. Налоговые проверки как основная форма налогового контроля. Виды налоговых проверок, их цели, методы и порядок проведения.		
	2	Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение. Виды налоговых правонарушений. Штрафные санкции и порядок их взыскания.		
Тема 4.3 Налоговая система Российской Федерации	Содержание		3	ПК 2.2., 2.3. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Налоговая система: понятие. Общий режим налогообложения. Классификация налогов. Трехуровневая система налогов и сборов. Федеральные налоги и сборы. Региональные и местные налоги.		
	2	Косвенные и прямые налоги. Общие и целевые налоги. Налоги с юридических и физических лиц.		
	3	Специальные налоговые режимы, их сущность и виды. Основные направления реформирования налоговой системы России.		

	Практические занятия:		3	
	1	Заполнить таблицу «Местные налоги: ставки, плательщики»		
	2	Заполнить таблицу «Налоги с физических лиц»		
Тема 4.4. Косвенные налоги и таможенные пошлины.	Содержание		4	ПК 2.2., 2.3. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Налог на добавленную стоимость, его место и роль в налоговой системе РФ. Плательщики НДС. Порядок освобождения от уплаты налога.		
	2	Объект налогообложения. Налоговая база и порядок ее определения. Момент определения налоговой базы. Налоговый период и налоговая ставка. Порядок исчисления налога. Налоговые вычеты, условия и порядок их применения.		
	3	Счета-фактуры и требования по их оформлению. Определение сумм налога, подлежащей уплате. Порядок и сроки уплаты.		
	4	Акцизы: понятие, назначение. Плательщики акцизов. Состав подакцизных товаров. Объект налогообложения. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый период. Налоговые ставки, их виды, порядок применения. Порядок исчисления налога. Налоговые вычеты, порядок их применения. Сума акциза, подлежащая уплате. Порядок и сроки уплаты акцизов. Налоговая декларация . Таможенные пошлины: понятие ,назначение. Виды таможенных пошлин. Объект обложения таможенными пошлинами. База для исчисления таможенных пошлин. Ставки таможенных пошлин, их виды. Тарифные льготы и преференции. Порядок исчисления таможенной пошлины. Порядок и сроки уплаты таможенной пошлины.		
	Практические занятия		4	
	1	Заполнение бланка счета-фактуры, определение суммы налога.		
	2	Решение задач на определение НДС, акцизов и таможенной пошлины.		
Тема4.5. Налог на прибыль организации.	Содержание		6	ПК 2.2., 2.3. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Налог на прибыль организации: сущность и его роль в условиях рыночной экономики. Плательщики налога. Объект налогообложения.		
	2	Доходы и их классификация. Состав доходов. Порядок определения отдельных видов доходов. Расходы для целей налогообложения прибыли и критерии их признания. Классификация расходов. Состав расходов. Порядок определения отдельных видов расходов.		
	3	Порядок признания (определения) доходов и расходов при методе начисления и кассовом методе. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый учет как система обобщения информации для определения налоговой базы. Аналитические регистры налогового учета.		
	4	Налоговые ставки и порядок их применения. Налоговый и отчетный периоды. Порядок исчисления авансовых платежей и налога, порядок и сроки их уплаты. Особенности начисления и уплаты налога организациями, имеющих обособленные подразделения. Налоговая декларация.		
	Практические занятия		2	
	1	Решение задач на определение отдельных видов расходов, расчет авансовых платежей и налога по итогам налогового периода.		
Тема 4.6. Налог на доходы	Содержание		4	ПК 2.2., 2.3.

физических лиц.	1	Плательщики налога на доходы физических лиц. Объект налогообложения. Состав доходов. Доходы, не подлежащие налогообложению. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый период. Ставки налога, их дифференциация и порядок применения.		ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	2	Система налоговых вычетов. Стандартные, социальные, Имущественные и профессиональные налоговые вычеты. Порядок исчисления налога, порядок и сроки уплаты налога. Налоговые вычеты при переносе на будущие периоды убытков от операций с ценными бумагами и операциями с финансовыми инструментами срочных сделок, их размер и порядок предоставления.		
	Практические занятия		2	
	1	Решение задач на определение суммы налога с учетом налоговых вычетов и материальной выгоды.		
Тема 4.7. Налог на имущество организации и транспортный налог.	Содержание		4	ПК 2.2., 2.3. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Налог на имущество предприятия и его роль в системе имущественного налогообложения. Порядок установления и введения налога в действие. Налогоплательщики и объект налогообложения. Налоговые льготы. Налоговая база и порядок ее определения. Налоговые и отчетные периоды. Налоговая ставка. Порядок исчисления сумм авансовых платежей и сумм налога, порядок и сроки их уплаты. Налоговые расчеты и налоговая декларация.		
	2	Транспортный налог, порядок его установления и введения в действие. Налогоплательщики и объект налогообложения. Транспортные средства, не являющиеся объектом налогообложения. Налоговая база. Налоговый период. Отчетные периоды для налогоплательщиков-организаций. Налоговые ставки. Порядок исчисления налога. Порядок исчисления авансовых платежей организациями. Порядок и сроки уплаты авансовых платежей и налога. Налоговые расчеты и налоговая декларация.		
	Практические занятия		2	
	1	Решение задач на определение авансовых платежей и суммы налога по итогам налогового периода.		
Тема 4.8. Специальные налоговые режимы.	Содержание		9	ПК 2.2., 2.3. ОК.1-4, 6-7,10-12 ДПК. 02-06
	1	Упрощенная система налогообложения (УСН). Сущность системы и налогоплательщики. Условия и порядок перехода на УСН. Условия прекращения УСН. Налоги, не уплачиваемые при применении УСН.		
	2	Объекты налогообложения. Налоговая база и налоговый учет. Минимальный налог за налоговый и отчетные периоды. Налоговые ставки. Порядок исчисления авансовых платежей и суммы единого налога при различных объектах налогообложения. Порядок уплаты налога. Налоговая декларация. Особенности применения УСН на основе патента.		

	3	Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД). Сущность системы и налогоплательщики единого налога. Виды предпринимательской деятельности, переводимые на уплату ЕНВД. Налоги, не уплачиваемые при применении ЕНВД. Объект налогообложения и налоговая база. Налоговый период. Ставка налога. Порядок исчисления и уплаты налога. Налоговая декларация.	2	
	5	Дифференцированный зачет		
	Практические занятия			
	1	Решение задач на определение суммы единого налога при применении УСН, ЕНВД.		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 02.01.			90	
<p align="center">Тематика самостоятельной работы.</p> <p>К теме 1.1. Дайте определение основных понятий: финансы и финансовая система. Рассмотрите экономическую сущность финансов. Охарактеризуйте финансовые отношения, назначение и функции финансов в общественном воспроизводстве. Рассмотрите цели, задачи и основные направления финансовой политики государства. Разберите пути совершенствования финансовой системы.</p> <p>К теме 1.2. Дайте определение термина «управление финансами» и укажите его назначение. Определите органы управления финансами и их функции. Рассмотрите понятие и назначение финансового планирования и прогнозирования и дайте их краткую характеристику. Разберите содержание финансового плана организации, в которой вы проходили практику. Изучите понятие, назначение, объекты, виды финансового контроля.</p> <p>К теме 1.3. Определите понятие, назначение и структуру финансов государства. Рассмотрите бюджетную систему России, ее назначение, состав и структуру федерального бюджета РФ. Определите состав и структуру доходов и расходов государственного федерального бюджета. Укажите сущность и назначение внебюджетных фондов, источники их формирования и направление расходования. Произведите расчет отчислений во внебюджетные фонды.</p> <p>К теме 1.4. Укажите назначение и структуру финансов предприятия. Рассмотрите особенности формирования финансов в предприятиях разных организационно-правовых форм. Определите понятие финансовые ресурсы, укажите их назначение и дайте характеристику. Рассмотрите источники формирования финансовых ресурсов, собственные и заёмные средства.</p> <p>К теме 1.5. Определите понятие, происхождение и сущность денег. Укажите виды денег, их функции и роль. Приведите примеры видов денег. Рассмотрите понятие, назначение и построение денежной системы России и дайте ее характеристику. Разберите роль денег в денежно-кредитной политике государства. Рассмотрите скорость денежного обращения и влияющие на нее факторы. Изучите системы наличного и безналичного денежного обращения и условия его функционирования.</p> <p>К теме 2.1 Рассмотрите сущность, необходимость и роль кредита. Разработайте схему классификации кредитов.</p>				

<p>Изучите принципы кредитования предприятий. Определите понятие и назначение кредитного договора, его содержание и порядок заключения. Изучите порядок заключения, получения и погашения кредитов. Найдите на сайте какого-либо банка кредитный договор, проанализируйте и заполните его от своего имени или от торговой организации. Выясните условия прекращения действия кредитного договора.</p> <p>К теме 2.2 Определите понятие и назначение банковской системы России. Выявите принципы ее организации. Разработайте схему «Классификация банков». Выявите роль, задачи, и функции Центрального банка России. Рассмотрите систему коммерческих банков, их функции и услуги. Изучите новые функции банков.</p> <p>К теме 2.3 Определите понятие, назначение ценных бумаг и укажите их виды. Охарактеризуйте назначение, правила выпуска и обращения ценных бумаг разных видов. Дайте понятие терминов эмитента и инвестора. Чем они отличаются друг от друга и каковы их функции? Укажите порядок приобретения и продажи юридическими и физическими лицами акций эмитента. Рассчитайте курсы акций, дивидендов по акциям, процентов по облигациям.</p> <p>К теме 2.4 Составьте схему «Функции коммерческих банков». Изучите назначение и структуру коммерческих банков. В чем заключается сущность деятельности КБ. Выявите, какие качества, черты банка отражают его сходство с предприятием, а какие имеют собственную специфику? Составьте схему прохождения платежей при прямых корреспондентских отношениях между банками. Выявите, какие резервы и где должен сформировать коммерческий банк, привлекая ресурсы? Рассмотрите формирование собственных средств (капитал) банка. Изучите источники собственного капитала банка.</p> <p>К теме 2.5 Выявите общность и различия в механизме определения лизинга и факторинга. Составьте схему разновидностей лизинговых операций. Изучите инструкции по определению лизинга и факторинга. Изучите документальное оформление и порядок ведения лизинговых операций. Реферат на тему «Развитие факторинга в России: проблемы и перспективы.» Рассмотрите систему денежных расчетов между коммерческими банками. Изучите основные формы расчетов. Раскройте сущность банковского кредита. Изучите законодательную базу банковского кредитования. Рассмотрите организационное обеспечение кредитной деятельности банка. Укажите, с учетом каких факторов должна формироваться кредитная политика банка? С какой целью банки осуществляют контроль за целевым использованием кредита? Охарактеризуйте понятия «финансовый» и «оперативный» лизинг. Рассмотрите сущность банковского менеджмента, его цель и задачи. Изучите принципы и функции банковского менеджмента.</p>		
---	--	--

<p>Раскройте формы и методы управления в банковском менеджменте.</p> <p>Укажите, какие требования предъявляются к кандидатам на руководящие должности в КБ.</p> <p>Раскройте содержание понятия «развитие персонала банка».</p> <p>Рассмотрите формы мотивации труда ,которые рекомендуются применять в кредитных организациях.</p> <p>К теме 2.6</p> <p>Изучите правовую базу функционирования банковской системы РФ.</p> <p>Укажите порядок лицензирования банковской деятельности.</p> <p>Изучите основные виды банковских рисков.</p> <p>Изучите основные нормативные документы, регламентирующие аудиторскую деятельность.</p> <p>Изучить вопросы: Проверка соблюдения кредитными организациями экономических нормативов. Инспектирование деятельности кредитных организаций.</p> <p>Изучите понятие, назначение банковского аудита и процедуру его проведения..</p> <p>Рассмотрите классификацию банковского контроля..</p> <p>Изучите основные нормативные документы, регламентирующие аудиторскую деятельность.</p> <p>К теме 3.1.</p> <p>Дайте определение понятий «налоги и сборы», укажите их назначение.</p> <p>Рассмотрите экономическую сущность налогов и сборов, их функции.</p> <p>Разберите принципы налогообложения.</p> <p>Изучите законодательство о налогах и сборах.</p> <p>Укажите субъекты налоговых отношений и дайте их краткую характеристику.</p> <p>Укажите задачи, структуру, функции, права, обязанность и ответственность налоговых органов.</p> <p>Рассмотрите полномочия и ответственность налоговых органов.</p> <p>Изучите условия возникновения налогового законодательства.</p> <p>Охарактеризуйте элементы налогообложения.</p> <p>Рассмотрите способы обеспечения исполнения обязанностей по уплате налогов и сборов.</p> <p>Рассмотрите налоговую декларацию и форму ее заполнения.</p> <p>Изучите порядок взыскания налога, сбора, пени.</p> <p>К теме 3.2.</p> <p>Определите понятие и назначение налогового контроля.</p> <p>Рассмотрите формы и методы налогового контроля.</p> <p>Изучите виды налоговых проверок, их цели ,методы и порядок проведения.</p> <p>Выявите виды налоговых правонарушений и ответственность за их совершение.</p> <p>К теме 3.3.</p> <p>Определите понятие налоговая система и общий режим налогообложения.</p> <p>Разработайте схему классификации налогов.</p> <p>Рассмотрите трехуровневую систему налогов.</p> <p>Дайте краткую характеристику косвенных и прямых, общих и целевых налогов, а также налогов с юридических и физических лиц.</p> <p>Изучите основные направления налоговой политики РФ.</p> <p>К теме 3.4.</p> <p>Рассмотрите сущность, место и роль в налоговой системе РФ налога на добавленную стоимость (НДС).</p> <p>Охарактеризуйте объекты и субъекты налогообложения. Укажите порядок освобождения от уплаты налога.</p> <p>Изучите налоговую базу и порядок ее определения.</p>		
---	--	--

<p>Укажите, что такое налоговый период и ставки, каков порядок исчисления налога.</p> <p>Рассмотрите структуру счета-фактуры и требования по их оформлению. Заполните счет-фактуру.</p> <p>Изучите порядок определения сумм налога, подлежащих оплате; порядок и сроки уплаты.</p> <p>Дайте определение понятия и назначение акциза. Укажите состав подакцизных товаров и объекты налогообложения, налоговый период, налоговые ставки.</p> <p>Выявите порядок исчисления акциза.</p> <p>Определите налоговые вычеты и порядок их применения, суммы акциза, подлежащие уплате, порядок и сроки уплаты акцизов.</p> <p>Рассмотрите понятие, назначение, виды таможенных пошлин, базу для их исчисления.</p> <p>Выявите порядок исчисления таможенной пошлины, формы и сроки уплаты таможенной пошлины.</p> <p>К теме 3.5.</p> <p>Определите сущность и роль налога на прибыль.</p> <p>Изучите плательщиков налога на прибыль и объекты его налогообложения.</p> <p>Рассмотрите состав доходов и порядок определения отдельных их видов.</p> <p>Выявите критерии признания расходов для налогообложения прибыли.</p> <p>Разработайте схему классификации расходов. Укажите состав расходов и порядок их определения.</p> <p>Изучите порядок признания доходов и расходов при методе начисления и кассовом методе.</p> <p>Определите налоговую базу налога на прибыль и порядок ее исчисления.</p> <p>Рассмотрите порядок применения налоговых ставок, налоговый и отчетные периоды.</p> <p>Изучите порядок исчисления авансовых платежей и налога, порядок и сроки их уплаты.</p> <p>Выявите особенности исчисления и уплаты налога организациями с обособленными подразделениями.</p> <p>К теме 3.6.</p> <p>Определите плательщиков налога на доходы физических лиц и объекты налогообложения.</p> <p>Рассмотрите состав доходов, в том числе на подлежащих налогообложению.</p> <p>Изучите налоговую базу и порядок ее определения, налоговый период.</p> <p>Определите порядок применения ставок налога на доходы физических лиц.</p> <p>Изучите систему налоговых вычетов, ее структуру.</p> <p>Выявите порядок исчисления налога, порядок и сроки его уплаты.</p> <p>Рассчитайте налог на доходы физических лиц, если зарплата работника равна 20 тыс. руб. в месяц. Кроме того, им получена премия в размере 5 тыс. руб.</p> <p>К теме 3.7.</p> <p>Определите сущность и роль налога на имущество организации.</p> <p>Выявите порядок установления и введения в действие налога, его налогоплательщиков и объекты налогообложения.</p> <p>Рассмотрите налоговые льготы, налоговую базу и порядок ее определения.</p> <p>Укажите налоговый и отчетный периоды, налоговую ставку.</p> <p>Изучите порядок исчисления суммы авансовых платежей и сумм налога, порядок и сроки их уплаты.</p> <p>Рассчитайте налог на имущество организации, если его стоимость составляет 10 млн. руб. заполните налоговую декларацию.</p> <p>К теме 3.8.</p> <p>Определите сущность упрощенной системы налогообложения. Укажите субъектов-налогоплательщиков этой системы.</p> <p>Рассмотрите условия порядка перехода на УСН, условия ее прекращения.</p> <p>Укажите налоги, не уплачиваемые при применении УСН.</p> <p>Разберите объекты налогообложения по упрощенной системе, ее налоговую базу. Разберите объекты налогообложения по упрощенной системе, ее налоговую базу и налоговый учет, налоговые ставки.</p> <p>Определите порядок исчисления авансовых платежей и суммы единого налога при различных объектах налогообложения, а также</p>		
--	--	--

<p>порядок уплаты налога.</p> <p>Составьте налоговую декларацию.</p> <p>Разберите особенности применения УСН на основе патента.</p> <p>Рассмотрите системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход, ее сущность и налогоплательщиков.</p> <p>Укажите виды предпринимательской деятельности, переводимые на уплату ЕНВД, а также налоги, не уплачиваемые при применении ЕНВД.</p> <p>Рассмотрите объект налогообложения, налоговую базу, налоговый период и ставку единого налога.</p> <p>Укажите порядок исчисления и уплаты единого налога. Составьте налоговую декларацию на единый налог.</p>			
Раздел ПМ 02. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.			
МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности.		132	
Тема 1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа.	Содержание		4
	1	Цели, задачи и предмет, связь с другими МДК и дисциплинами, с теорией и практикой рыночной экономики. Основные понятия: финансово-хозяйственная деятельность, анализ финансово-хозяйственной деятельности. Предмет, задачи, объект и содержание экономического анализа. Анализ как способ развития экономического мышления. Роль экономического анализа в оценке, диагностике и прогнозировании стратегии развития предприятия. Повышение роли анализа в условиях рыночной экономики. Принципы экономического анализа: государственности, научности, объективности и комплексности, оперативности, массовости, эффективности.	
	Практические занятия-не предусмотрены		
Тема 2 Организация аналитической работы на предприятии.	Содержание		7
	1	Метод экономического анализа, его теоретические основы. Информационное обеспечение анализа. Система информации и ее источники. Система показателей, используемых в экономическом анализе: количественные и качественные: абсолютные и относительные; частные и вспомогательные; факторные и результативные; плановые, нормативные, учетные, отчетные, аналитические.	
	2	Общэкономические приемы: сравнение, графический, балансовой увязки, цепных подстановок, арифметических разниц, графический метод, балансовой взаимосвязи, табличный метод и др. Статистические приемы: метод группировок, средние величины, абсолютные и относительные величины, индексный метод, анализ рядов динамики.	
	Практические занятия:		6
	1	Решение ситуационных задач на применение методов цепных подстановок, относительных разниц, процентных отклонений.	
Тема 3. Анализ финансового состояния предприятия.	Содержание		16
	1	Задачи, основные направления информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния.	

		Анализ имущественного состояния предприятия.		
	2	Анализ изменений в составе и структуре активов и пассивов баланса. Оценка состояния дебиторской и кредиторской задолженности.		
	3	Оценка платежеспособности предприятия. Ликвидность баланса предприятия.		
	4	Расчет коэффициентов ликвидности, их анализ в динамике и в сравнении с рекомендуемыми нормативами.		
	5	Оценка финансовой устойчивости. Расчет системы коэффициентов финансовой устойчивости.		
	6	Анализ финансовых предпосылок несостоятельности (банкротства) предприятия.		
	7	Анализ показателей эффективности использования основного капитала, его движения и состояния. Анализ оборачиваемости оборотных активов, деловой и рыночной активности предприятия. Показатели рентабельности продаж, капитала, их значение, расчет и анализ		
	Практические занятия:		17	
	1	Анализ имущественного состояния предприятия.		
	2	Анализ изменений в составе и структуре активов и пассивов баланса.		
	3	Оценка состояния дебиторской и кредиторской задолженности.		
	4	Оценка платежеспособности предприятия.		
	5	Анализ ликвидности баланса предприятия.		
	6	Расчет коэффициентов ликвидности.		
	7	Оценка финансовой устойчивости.		
	8	Расчет системы коэффициентов финансовой устойчивости.		
	9	Анализ финансовых предпосылок несостоятельности (банкротства) предприятия.		
	10	Анализ показателей эффективности использования основного капитала, его движения и состояния.		
	11	Анализ оборачиваемости оборотных активов, деловой и рыночной активности предприятия.		
	12	Расчет и анализ показателей рентабельности продаж, капитала.		
	13	Анализ оборачиваемости оборотных активов и коэффициентов рентабельности капитала.		
Тема 4. Анализ производства и реализации продукции.	Содержание		6	ПК 2.3., 2.4., 2.9. ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Показатели организационно-технического уровня, их влияние на финансово-хозяйственную деятельность. Задачи, информационное обеспечение и методика анализа производства и реализации продукции. Анализ объема и структуры выпуска продукции: выполнения плана, динамики объема производства и реализации продукции, выполнения производственной программы по ассортименту, технического уровня качества продукции.		
	2	Анализ факторов и резервов увеличения реализации продукции.		
	Практические занятия		3	
	1	Анализ динамики объема производства и реализации продукции, выполнения производственной программы по ассортименту. Анализ факторов и резервов увеличения реализации продукции.		

Тема 5. Анализ товарооборота.	Содержание		4	ПК 2.3., 2.4., 2.9. ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота. Методика анализа динамики и структуры ассортимента товарооборота. Особенности анализа оптового товарооборота. Факторный анализ товарооборота: понятие, назначение, показатели (численность персонала, производительности труда, товарного обеспечения).		
	2	Анализ состояния товарных запасов и их оборачиваемости, влияние товарооборачиваемости на финансовое состояние. Методика оценки товарного обеспечения. Прогнозный анализ товарооборота.		
	Практические занятия		4	
	1	Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента. Анализ состояния товарных запасов и их оборачиваемости, влияние товарооборачиваемости на финансовое состояние. Оценка товарного обеспечения. Прогнозный анализ товарооборота.		
Тема 6. Анализ трудовых ресурсов предприятия.	Содержание		4	ПК 2.3., 2.4., 2.9. ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа трудовых ресурсов. Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами, профессионального и квалификационного использования рабочего времени. Анализ производительности труда. Анализ фонда оплаты труда. Правление соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы.		
	Практические занятия		4	
	1	Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами, профессионального и квалификационного использования рабочего времени. Анализ производительности труда. Анализ фонда оплаты труда. Анализ соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы.		
Тема 7. Анализ издержек обращения.	Содержание		2	ПК 2.3., 2.4., 2.9. ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения. Изучение динамики издержек в целом по статьям в соответствии с динамикой товарооборота. Выявление суммы относительной экономии или перерасхода издержек. Факторы, влияющие на издержки обращения, и оценка их влияния.		
	Практические занятия		2	
	1	Анализ динамики издержек обращения в целом и по статьям. Оценка эффективности затрат.		
Тема 8. Анализ доходов и финансовых результатов.	Содержание			
	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа доходов и прибыли.	3	ПК 2.3., 2.4., 2.9. ОК.1-4, 6-7,10-12
	2	Анализ валового дохода, методика расчета и анализа влияния факторов на валовый доход.		
	3	Анализ прибыли от реализации. Факторный анализ валового дохода и прибыли, его значение. Анализ использования балансовой прибыли. Выявление резервов увеличения прибыли и повышения эффективности ее использования.		
	4	Дифференцированный зачет.		
	Практические занятия		5	
	1	Анализ валового дохода, методика расчета и анализа влияния факторов на валовый		

		доход. Анализ прибыли от реализации. Факторный анализ валового дохода и прибыли.		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 02.02.			44	
<p>Тематика самостоятельной работы</p> <p>К теме 1. Изучите цели, задачи, предмет междисциплинарного курса. Выявите межпредметные связи МДК. Дайте определение основных терминов: анализ, финансово-хозяйственная деятельность, анализ финансово хозяйственной деятельности. Рассмотрите предмет, задачи, объект и содержание экономического анализа, его роль в оценке, диагностике и прогнозировании стратегии развития предприятия. Разберите принципы экономического анализа.</p> <p>К теме 2. Изучите теоретические основы метода экономического анализа, его информационного обеспечения. Выясните источники информации и систему информации. Разработайте схему классификации экономического анализа. Рассмотрите приемы и способы экономического анализа на разных этапах исследования. Определите систему показателей, используемых в экономическом анализе и дайте их характеристику. Рассмотрите планирование и организацию аналитической работы, виды планов. Выявите и охарактеризуйте основные этапы аналитической работы.</p> <p>К теме 3. Определите задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Укажите, какую необходимую для анализа информацию можно получить из финансовой отчетности. Рассмотрите анализ имущественного состояния предприятия и изменений в составе и структуре активов и пассивов баланса. Выявите показатели для оценки состояния дебиторской и кредиторской задолженности организации. Изучите оценку платежеспособности организации и ликвидность ее баланса. Рассчитайте коэффициенты ликвидности и проанализируйте их в динамике, сравните с рекомендуемыми нормами. Рассчитайте коэффициент финансовой устойчивости и оцените финансовую устойчивость организации. Проанализируйте финансовые предпосылки несостоятельности (банкротства) организации. Проанализируйте эффективность использования основного капитала, его движение и состояния. Проанализируйте оборачиваемость оборотных активов, рыночной активности организации. Рассчитайте и проанализируйте показатели рентабельности продаж и капитала. Выявите их значение.</p> <p>К теме 4. Изучите показатели организационно-технического уровня, их влияние на финансово-хозяйственную деятельность. Рассмотрите задачи, информационное обеспечение и методику анализа производства и реализации продукции. Проанализируйте динамику объема производства и реализации продукции, выполнения производственной программы. Проанализируйте факторы и резервы производства и увеличения объемов реализации продукции.</p> <p>К теме 5. Изучите значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота. Разберите методику анализа динамики и структуру ассортимента товарооборота. Рассмотрите особенности анализа оптового товарооборота. Изучите факторный анализ товарооборота и его показатели. Проанализируйте состояние товарных запасов и их оборачиваемости. Выявите их влияние на финансовое состояние организации.</p>				

<p>Изучите методики оценки товарного обеспечения и прогнозный анализ товарооборота.</p> <p>К теме 6.</p> <p>Выявите значение, задачи и информационное обеспечение анализа трудовых ресурсов.</p> <p>Изучите анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами, профессиональные и квалификационные использования рабочего времени.</p> <p>Рассмотрите анализ производительности труда и фонда оплаты труда.</p> <p>Установите соотношение темпов роста производительности труда и средней заработной платы.</p> <p>К теме 7.</p> <p>Выявите значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек производства.</p> <p>Изучите и проанализируйте динамику издержек в целом по статьям.</p> <p>Выявите суммы относительной экономии или перерасхода издержек.</p> <p>Изучите факторы, влияющие на издержки обращения.</p> <p>Оцените эффективность затрат.</p> <p>К теме 8.</p> <p>Выявите значение, задачи и информационное обеспечение анализа доходов и прибыли.</p> <p>Проанализируйте валовой доход и прибыль.</p> <p>Изучите методику расчета и анализа факторов на валовый доход.</p> <p>Осуществите факторный анализ валового дохода и прибыли, выявите его значение.</p> <p>Проанализируйте использование балансовой прибыли.</p> <p>Выявите резервы увеличения прибыли и повышения эффективности ее использования.</p>			
Раздел ПМ 03. МАРКЕТИНГ			
МДК 02.03. Маркетинг		177	
Введение. Предмет, цели и задачи МДК.	Содержание:		ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Понятие: маркетинг, рынок, конъюктура рынка. Предмет МДК, его цели и задачи. Структурно-логическая схема МДК. Межпредметные связи с другими дисциплинами и МДК. Значение МДК в подготовке специалистов: коммерсантов, менеджеров по продажам. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России. Состояние и поддержание конкурентной среды, состояние источников наполнения рынка товарами. Насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами. Необходимость систематического анализа конъюнктуры рынка.	
Раздел 1 Методологические основы маркетинга		16	
Тема 1.1. Концепция развития рыночных отношений. Структура маркетинговой деятельности	Содержание:		ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Маркетинговая классификация рынков: рынок покупателя и рынок продавца.	
	2	Основные концепции развития рыночных отношений. Домаркетинговые концепции: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий. Маркетинговые концепции: классический маркетинг, социальный (социально-этичный маркетинг), маркетинг отношений. Сущность и характерные признаки этих концепций. Социально-этический маркетинг: понятие, отличие от маркетинга. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение.	
	3	Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация,	

		объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов).		
	4	Цели и задачи маркетинга. Функции и принципы маркетинга, их краткая характеристика.		
	Практические занятия: не предусмотрены			
Тема 1.2. Классификация маркетинга	Содержание:		2	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Классификационные признаки. Основные группы маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, коммерческий, социальный, политический маркетинг: по приоритетности задач: функциональный, товарно-ориентированный, потребительско-ориентированный и интегрированный. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Отличительные признаки.		
	Практические занятия: не предусмотрены			
Тема 1.3. Сегментирование рынка	Содержание:		4	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.		
	2	Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции, дифференцированность реакции потребителей.		
	3	Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Выбор стратегии охвата рынка характеристика недифференцированного (массового), дифференцированного и концентрированного маркетинга, их преимущества и недостатки.		
	4	Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.		
	Практические занятия:		6	
	1	Провести сегментирование рынка на основании выбранных критериев. сравнение товаров-конкурентов. анализ объема продаж		
Раздел 2. Практический маркетинг			50	
Тема 2.1. Объекты маркетинговой деятельности	Содержание:		3	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Потребности как объекты маркетинга: понятие. Уровни потребностей: запрос, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Общая классификация потребностей.		
	2	Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные: приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов потребностей.		
	3	Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.		
	Практические занятия:		4	
	1	Установление основных видов потребностей и товаров-средств их удовлетворения		

		(решение ситуационных задач). Определение выгодного размера заказа товаров, нахождение коэфф эластичности спроса.		
Тема 2.2. Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание:		5	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Классификация участников маркетинговой деятельности на две группы: 1. Выполняющих маркетинговую деятельность и 2. Контактирующих с маркетологами при выполнении маркетинговой деятельности. Первая группа субъектов: юридические и физические лица ,осуществляющие маркетинговую деятельность.		
	2	Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). Положение об отделе маркетинга. Требования к специалисту по маркетингу. Нормативные документы, регламентирующие указанные требования.		
	3	Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации. Международные и национальные организации по маркетингу.		
	4	Вторая группа субъектов: потребители, поставщики, конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Необходимость контактов маркетологов с указанными субъектами.		
	5	Потребители: понятие, различие понятий в российских и международных нормативных документах. Классификация потребителей по разным признакам. Модели потребительского поведения.		
	Практические занятия:		2	
	1	Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу и Должностными характеристиками. Разработка предложений по их совершенствованию.		
Тема 2.3. Окружающая среда маркетинга	Содержание:		3	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды; факторы, формирующие окружающую среду.		
	2	Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.		
	3	Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организация. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.		
	Практические занятия:		4	
	1	Анализ окружающей среды торговой (или сбытовой, или маркетинговой) организации.		
Тема 2.4. Конкурентная среда	Содержание:		4	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества.		
	2	Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки.		
	3	Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способ создания и		

		поддержания. ФЗ «О защите конкуренции». Государственная поддержка малого предпринимательства.		
	4	Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения.		
	Практические занятия:		2	
Тем 2.5. Средства маркетинга	1	Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ (решение ситуационных задач).		
	Содержание:		5	
	1	Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства распределения, средства стимулирования.		ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	2	Средства удовлетворения потребностей-товары, их роды и краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара. Уровни товара и его составные элементы: собственно товар, упаковка, подкрепление: информационное, экономическое и организационное.		
	3	Рыночный жизненный цикл товаров: (РЖЦК): понятие, основные этапы, их характерные признаки.		
	4	Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.		
	5	Типы РЖЦТ. Разработка новых товаров (продукции и услуг) в организациях производителей: обоснование необходимости: этапы.		
	Практические занятия:		2	
	1	Определение этапа жизненного цикла продукции и разработка маркетинговых мероприятий.		
Тема 2.6. Средства распространения товаров	Содержание:		3	
	1	Основные понятия: сбыт, реализация и распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики.		ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	2	Виды распределения. Средства распределения: каналы распределения: виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбор каналов сбыта. Системы сбыта.		
	3	Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.		
	Практические занятия:		2	
	1	Установление уровней каналов распространения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации (решение ситуационных задач).		
	Содержание:		5	
Тема 2.7. Ценовая политика	1	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен.		ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	2	Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен. Информационное обеспечение политики ценообразования: Источники информации, работа с ними.		

	3	Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий.		
	Практические занятия:		4	
	1	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации. Определение безубыточной цены товара.		
Тема 2.8. Классификация маркетинговых коммуникаций	Содержание:		2	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Маркетинговые коммуникации: понятие, назначение. Классификация маркетинговых коммуникаций по разным признакам по целям (реклама, личные, продажи, стимулирование сбыта, связи с общественностью; по планированию: запланированные и незапланированные; по назначению: информационные и стимулирующие; по характеру воздействия; прямые и косвенные). Характеристика важнейших видов маркетинговых коммуникаций: реклама, публичных рилейнз, выставок-ярмарок, прямого маркетинга.		
Раздел 3 Теоретические основы рекламной деятельности			17	
Тема 3.1 Сущность и структура рекламной деятельности	Содержание:		1	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Реклама: понятие, цели и задачи. Функции, значение, обоснование необходимости рекламы. Структура рекламы: рекламное сообщение, изображение (визуальное подкрепление), звук и др. Объекты рекламы: товары, услуги, юридические и физические лица, их характеристика. Структура рекламной деятельности: цели, задачи, функции, средства и методы. Факторы, оказывающие влияние на организацию рекламной деятельности. Разработка рекламной стратегии.		
Тема 3.2 История развития рекламы	Содержание:		1	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	История возникновения и тенденции развития рекламы в России и за рубежом. Особенности рекламы в Древнем Египте, Греции, Риме. Настенные рекламные надписи. Эмблема и клеймо как прообраз товарного знака. Глашатаи – передатчики устной рекламы. Реклама в средневековой Европе. Рукописные рекламные объявления. Реклама в период перехода от феодализма к капитализму. Реклама в условиях конкуренции. Световые вывески начала XX века в США. История отечественной рекламы. Реклама в Древней Руси. Функции зазывал, первые живописные вывески, печатные объявления. Народные рекламные картинки (лубки). Первые рекламные каталоги. Российская реклама XIX века: рекламные издания и конторы, скрытая реклама, фотоиллюстрация, девизы и заголовки, календари, сувениры, реклама на маркировке товара. Реклама на российских ярмарках. Реклама в период социализма. Современное состояние рекламного дела и тенденции его развития. Перспективные направления рекламной деятельности в России и за рубежом.		
Тема 3.3 Виды и средства	Содержание:		5	

рекламы	1	Основные направления рекламной деятельности: товарная, корпоративная и общественная (политическая и социальная). Классификация рекламы по характеру рекламного сообщения: уведомительная, увещательная, сравнительная, напоминающая, подкрепляющая, убеждающая, внушающая, их характеристика. Связь с этапами жизненного цикла товара. Особенности уведомительной рекламы новых товаров, убеждающей и напоминающей рекламы традиционных товаров.		ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	2	Средства убеждения, преимущества и недостатки. Особенности сравнительной рекламы и приемы сравнения: с другими объектами, без указания других объектов, указание степени превосходства. Теория уникального торгового предложения (УТП) и ее отражение в рекламных обращениях.		
	3	Корпоративная реклама: назначение, характеристика, условия применения. Имидж фирмы: понятие, назначение. Элементы имиджа, цели и задачи формирования имиджа фирмы. Формирование имиджа через рекламу. Фирменный стиль – элемент имиджа. Составляющие фирменного стиля в рекламе, товарных знаках, фирменной одежде персонала. Оформление интерьеров помещений, документов: логотип, фирменная марка, слоган, графический и словесный товарный знак, фирменные цвета, набор шрифтов, фирменная схема верстки, формат изданий, аудиообраз, фирменный символ, фирменный блок.		
	4	Средства распространения рекламы: понятие, классификация. Элементы рекламы (текст, изображение, свет, цвет, звук, шрифт), характеристика и использование. Носители рекламы и признаки их классификация: по способу воздействия на органы чувств; назначению; месту применения, использованию технических средств; краткая характеристика видов и разновидностей. Печатная реклама (реклама в процессе, каталоги, проспекты, плакаты, буклеты, листовки, заметки, репортажи, интервью, рекламно - подарочные издания, прямая почтовая реклама (директ-мейл и др.), характеристика, особенности. Стилистические требования к тексту рекламы: многозначность, метафоризация, сравнение, фразеологические обороты, художественные требования к тексту рекламы. Особенности составления рекламных текстов и их сопровождения для разных видов рекламы: на телевидении, по радио, в печатных изданиях и Интернет. Принципы подготовки сообщения для прямой почтовой рекламы (Directmail), преодоления инерции потребителя. Рекламные печатные материалы: заметки, репортажи, интервью, отчеты. Разработка рекламного сообщения. Правила создания рекламного слогана, приемы иллюстрирования рекламных текстов. Манипулятивные особенности рекламы. Аудиовизуальная реклама (рекламные кино и видеофильмы, слайдфильмы), характеристика,		

		<p>преимущества и недостатки отдельных видов. Радиореклама (радиообъявления, радиоролики, радиожурналы), особенности восприятия, задачи радиотекста. Телевизионная реклама (телевизионные ролики, объявления, телепередачи, телезаставки, рекламные фильмы); задачи и особенности телерекламы.</p> <p>Наружная реклама (рекламные щиты, панно, афиши, транспаранты, вывески, реклама на транспорте, товарах, световая реклама), особенности применения, требования по созданию, приемы оформления.</p> <p>Рекламные сувениры, фирменные сувенирные изделия, серийные сувенирные изделия, подарочные и фирменные упаковочные материалы; характеристика, особенности использования. Реклама в местах продаж: носители (баннеры, стойки, указатели и т.п.); требования к созданию, приемы оформления, особенности использования.</p> <p>Витрины: назначение, виды, устройство. Требования к оформлению и содержанию витрин (товарных, товарно-декоративных, сюжетных). Элементы и правила оформления витрин разного вида. Порядок реализации или списания товаров, рекламируемых в витринах.</p>		
	5	<p>Влияние научно-технического прогресса на средства рекламы. Перспективные средства рекламы, виды, характеристика.</p> <p>Реклама в Интернет: носители, требования к созданию, приемы оформления, особенности использования.</p>		
	Практические занятия:		10	
	1	Выбор средства распространения рекламы. Разработка рекламного слогана.		
	2	Разработка текста для почтовой рекламы.		
	3	Подготовка рекламного текста для газеты. Анализ рекламных текстов и обращений.		
	4	Подготовка рекламного радиотекста. Разработка сценария кино и видеоролика. Ознакомление с программным обеспечением компьютерной графики.		
	5	Создание эскиза оформления витрины. Подготовка эскиза выставочного стенда		
Раздел 4 Организация, управление и планирование рекламной деятельности			13	
Тема 4. 1 Правовая база рекламной деятельности	Содержание:		1	
	1	<p>Федеральный закон «О рекламе»: цели, сфера деятельности, основные положения. Обязательные требования к рекламе: общие (достоверность, этичность, добросовестность, целенаправленность) и специфические (запреты и ограничения).</p> <p>Авторское право в рекламной деятельности.</p> <p>Особенности рекламы отдельных видов товаров и услуг, в том числе финансовых, страховых, инвестиционных, товаров для детей, медицинских товаров и др. Контрреклама.</p> <p>Государственное регулирование рекламной деятельности. Ответственность за нарушение российского и международного законодательства по рекламе.</p> <p>Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы. Профессиональные кодексы этики.</p> <p>Правовое регулирование рекламной деятельности за рубежом. Международный кодекс рекламной практики: основные принципы и нормы.</p>		<p>ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12</p>
	Практические занятия:		2	
	1	Решение ситуационных задач по вопросам защиты прав потребителей от недобросовестной рекламы.		

Тема 4.2 Рекламная кампания		Содержание:	1	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Рекламная акция и кампания: понятие, цели, задачи, сущность. Сфера применения (целевые группы и область). Организация рекламный акций и кампаний, выбор объекта, планирование этапов и средств рекламы, формирование бюджета, разработка стратегии. Подготовка участников рекламной акции и кампаний. Использование выставок и ярмарок в рекламной кампании. Мероприятия паблик рилейшнз и рекламная кампания.Контроль за проведением рекламного мероприятия.		
	Практическое занятие:		6	
	1	Составление планов проведения рекламных мероприятий.		
	2	Практическое занятие: Разработка программ поведения рекламной кампании.		
	3	Практическое занятие: Решение ситуационных задач.		
Тема 4.3 Эффективность рекламной деятельности		Содержание:	1	ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8. ДПК 07-13 ОК.1-4, 6-7,10-12
	1	Эффективность рекламы: понятие, сущность. Экономическая эффективность и эффективность психологического воздействия средств рекламы, взаимосвязь понятий. Критерии экономической эффективности: рост товарооборота (прирост прибыли), затраты на рекламу, коэффициент эффективности. Определение экономической эффективности; расчет, использование результатов. Рентабельность рекламы. Критерии эффективности психологического воздействия: число охвата потребителей, глубина впечатления, степень привлечения внимания. Методы определения эффективности психологического воздействия; характерные особенности, применение. Критерии социальной эффективности рекламы: переориентация потребителей на социально значимые товары и услуги, предотвращение рисков и опасностей обеспечение безопасности потребителей и окружающей среды. Методы прогнозирования эффективности рекламы.		
	Практическое занятие:		2	
	1	Оценка эффективности рекламных тестов.		
	2	Практическое занятие: Определение стоимости рекламы. Решение ситуаций по расчету эффективности рекламы.		
		Курсовая работа	20	
Перечень тем курсовых работ				
1	Анализ финансового состояния предприятия и разработка мероприятий по его укреплению (на примере....)			
2	Анализ эффективности использования трудовых ресурсов предприятия (на примере....)			
3	Анализ эффективности торгово-закупочной деятельности предприятия (фирмы) (на примере....)			
4	Материально техническая база оптового предприятия и пути повышения эффективности ее использования (на материалах оптового предприятия).			
5	Организация труда на розничном торговом предприятии и пути его совершенствования (на материалах магазина)			
6	Совершенствование управлением коммерческим предприятием (на примере....)			
7	Исследование и анализ товарных рынков (на примере...)			
8	Анализ прибыли предприятия и эффективности ее использования (на примере....)			
9	Позиционирование товара на рынке (на примере...)			
10	Разработка бизнес-плана (на примере.....)			
11	Совершенствование организационного построения коммерческого предприятия (на примере....)			

12	Организация сервисного обслуживания потребителей (на примере....)		
13	Сбытовая политика предприятия (на примере...)		
14	Особенности применения упрощенной системы налогообложения (УСН) (на примере....)		
15	Порядок организации сетевой розничной торговли (на примере....)		
16	Налоговая нагрузка организации и методы ее оценки (на примере....)		
17	Налогообложение индивидуальных предпринимателей (на примере...)		
18	Анализ конкурентоспособности фирмы (продукции) на товарном рынке (рынке услуг) (на примере....)		
19	Анализ качества и конкурентоспособности товара ((на примере....)		
20	Эффективность применения системы в виде ЕНВД в сравнении с общим режимом налогообложения (на примере индивидуальных предпринимателей).		
21	Разработка комплекса маркетинга (на примере...)		
22	Роль и значение закупочной работы в коммерческой деятельности предприятия (на примере...)		
23	Влияние системы ценообразования на коммерческую деятельность предприятия (на примере...)		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 02.03.		59	
Тематика самостоятельной работы К теме Введение. 1. Изучите основные понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. 2. Укажите цели, задачи и предмет учебной дисциплины. 3. Выявите межпредметные связи с другими дисциплинами. 4. Рассмотрите состояние потребительского рынка России и перспективы его развития. К теме 1.1. 1. Изучите основные концепции рыночных отношений, их сущность характерные признаки. 2. Укажите, для каких видов рынка характерны эти концепции. 3. Выявите общность и различия между концепциями: 3.1. интенсификация коммерческих усилий и классическим маркетингом; 3.2. классическим и социальным маркетингом. 4. Рассмотрите классический комплекс маркетинга и его ключевые элементы. 5. Составьте схему структуры маркетинговой деятельности 6. Изучите цели, задачи, принципы и функции маркетинга. К теме 1.2. 1. Дайте классификацию маркетинга по сфере его применения и определение его групп 2. Рассмотрите классификацию маркетинга по приоритетности задач. 3. Классифицируйте маркетинг на группы в зависимости от широты охвата рынка и дайте определение каждой группе. 4. Составьте общую схему классификации маркетинга по разным признакам. К теме 1.3. 1. Дайте определение понятий: сегмент, сегментирование и ниша рынка. 2. Выявите признаки сегментации потребительского рынка. 3. Разберите критерии выбора сегмента рынка. 4. Сравните стратегии охвата рынка по преимуществам и недостаткам. Выявите их существенные различия. 5. Рассмотрите позиционирование товара, его понятие, назначение. Условия правильного позиционирования. К теме 2.1. 1. Дайте определения понятие «потребность» и его уровней. 2. Составьте схему общей классификации потребностей по разным признакам.			

<p>3. Охарактеризуйте разные виды потребностей по субъектам, степени значимости, степени удовлетворенности.</p> <p>4. Рассмотрите характеристику видов потребностей по назначению.</p> <p>5. Выявите, какие потребности по назначению удовлетворяют:</p> <ul style="list-style-type: none"> -пищевые продукты; -одежно-обувные товары; -ювелирные изделия; -деньги и ценные бумаги; -услуги и общественного питания. <p>6. Составьте схему соотнесения видов спроса и типов маркетинга.</p> <p>7. Охарактеризуйте разные виды спроса и предложите для каждого из них наиболее эффективные маркетинговые мероприятия.</p> <p>К теме 2.2.</p> <p>1. Рассмотрите классификацию участников маркетинговой деятельности. Составьте схему этой классификации.</p> <p>2. Изучите положение об отделе маркетинга и квалификационную характеристику маркетингов.</p> <p>3. Рассмотрите организационную структуру управления маркетингом.</p> <p>4. Выявите взаимосвязь отдела маркетинга с другими структурными подразделениями организации.</p> <p>5. Укажите международные и национальные организации по маркетингу.</p> <p>6. Перечислите субъектов контактных аудиторий маркетологов и обоснуйте необходимость контактов с ними.</p> <p>7. Дайте определение термина «потребитель».</p> <p>8. Составьте схему модели потребительского поведения.</p> <p>9. Составьте схему модели потребительского поведения.</p> <p>К теме 2.3.</p> <p>1. Дайте определение факторов, формирующих окружающую среду.</p> <p>2. Составьте схему факторов, формирующих окружающую среду.</p> <p>3. Рассмотрите разновидности микросреды маркетинга.</p> <p>4. Рассмотрите разновидности макросреды маркетинга.</p> <p>5. Выявите связь между маркетинговой и конъюнктурной маркетинга.</p> <p>К теме 2.4.</p> <p>1. Дайте определение терминов: «конкуренция, конкуренция, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества».</p> <p>2. Обоснуйте необходимость применения конкуренции в рыночных условиях.</p> <p>3. Рассмотрите характерные признаки конкуренции разных видов.</p> <p>4. Укажите характерные признаки конкурентной среды, способы её создания и поддержания.</p> <p>5. Изучите Федеральный закон «О защите конкуренции».</p> <p>6. Выявите критерии оценки конкурентоспособности организаций.</p> <p>7. Укажите, являются ли конкурентами следующие товары:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Напитки: кока-кола, Pepsi-кола, квас Никола; 2. Автомобили: Жигули, Мерседес, и Нива; 3. Духи: Шанель №5, Красная Москва и Золото скифов. Ответ обоснуйте. <p>8. Укажите, являются ли конкурентами следующие организации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Кондитерские фабрики: Красный октябрь, Бабаевский (Москва) и Россия (Самара); 2. Обувные фабрики: Треволина, Парижская Коммуна и Адидас. Ответ обоснуйте. <p>К теме 2.5.</p> <p>Разработайте схему классификации средств маркетинга с подразделением на группы и подгруппы.</p>		
---	--	--

<p>2. Рассмотрите средства удовлетворения потребностей – товары и их роды. Дайте маркетинговое определение понятия «товар» и родов товаров: продукция, услуги, работы, недвижимость, информация, деньги и ценные бумаги, организации.</p> <p>3. Укажите уровни товара и его составные элементы.</p> <p>4. К какому виду подкрепления относятся: скидки на товар, маркировка, реклама и гарантийное обслуживание.</p> <p>5. Рассмотрите понятие и этапы рыночного жизненного цикла товаров, их характерные признаки.</p> <p>6. Разработайте маркетинговые мероприятия, которые целесообразно применять на каждом этапе РЖЦТ.</p> <p>7. Укажите типы РЖЦТ и их характерные признаки.</p> <p>8. разработайте схему последовательности этапов создания новых товаров.</p> <p>К теме 2.6.</p> <p>1. Дайте определения понятий: распределение, сбыт, реализация. Укажите их место в цикле товародвижения.</p> <p>2. Рассмотрите цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Дайте обоснования выбора этих направлений.</p> <p>3. Проанализируйте сбытовую политику вашей организации (месте прохождения учебной практики или работы). Укажите выбранные ею направления и почему?</p> <p>4. Изучите виды и уровни каналов распределения. Выявите место вашей организации в канале распределения.</p> <p>5. Рассмотрите виды и типы торговых посредников и их краткую характеристику.</p> <p>6. Сравните между собой разные виды и типы: а) оптовых продавцов; б) розничных продавцов.</p> <p>7. Выявите критерии выбора торговых посредников.</p> <p>К теме 2.7.</p> <p>1. Изучите основные понятия в области ценообразования: цена, ценовая политика.</p> <p>2. Укажите цели, задачи, основные направления ценообразования и основания для их выбора.</p> <p>3. Проанализируйте ценовую политику вашей организации и дайте обоснование их целесообразности.</p> <p>4. Изучите стратегии ценообразования на новые и известные, давно выпускаемые товары. Дайте обоснование их выбора.</p> <p>5. Соберите информацию о ценах по определенной группе товаров в двух магазинах-конкурентах и выявите применяемые ими стратегии ценообразования. Обоснуйте их целесообразность.</p> <p>К теме 3.1.</p> <p>1. Дайте определение термина «маркетинговые коммуникации» и укажите их назначение.</p> <p>2. Классифицируйте средства маркетинговых коммуникаций по способам воздействия на потребителя. Разработайте схему классификации по разным признакам.</p> <p>3. Охарактеризуйте средства прямого воздействия на потребителей.</p> <p>4. Охарактеризуйте средства косвенного воздействия на потребителей.</p> <p>5. Сравните разные виды маркетинговых коммуникаций по их достоинствам, недостаткам и эффективности.</p> <p>6. Во время рекламной компании ООО «Бинго» производящей детские игрушки, были проведены следующие мероприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Реклама на ТВ, по радио и на дорогах; - Рекламные акции в местах продаж; - Участие в международной ярмарке для показа новинок. <p>Достаточен ли набор проведенных маркетинговых мероприятий? Проанализируйте их по степени значимости. Какие еще маркетинговые коммуникации могут быть использованы в указанной ситуации. Ответ аргументируйте.</p> <p>7. Выявите критерии социальной эффективности рекламы.</p> <p>8. Изучите методы прогнозирования эффективности рекламы.</p> <p>9. Укажите корректирующие мероприятия на основе анализа эффективности рекламы.</p> <p>К теме 3.2.</p> <p>Разберитесь в сущности и основных задачах рекламы.</p> <p>Рассмотрите предмет и метод рекламы.</p>		
--	--	--

<p>Сравните определение «реклама» в законе РФ и зарубежных ученых.</p> <p>Взаимосвязь рекламной деятельности и других дисциплин.</p> <p>Мини-доклады:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама в маркетинге. 2. Реклама в страховании. <p>К теме 3.3.</p> <p>Составьте таблицу «История рекламы: основные этапы».</p> <p>Появление печатной рекламы.</p> <p>Появление и развитие рекламных агентств.</p> <p>Развитие в Западной Европе и США. Когда появилось первое печатное рекламное объявление и что является основателем печатной рекламы в Европе.</p> <p>Особенности развития рекламы на Руси.</p> <p>Реклама после Октябрьской революции 1917 г.</p> <p>Назвать и охарактеризовать недостатки рекламного рынка СССР.</p> <p>Мини-доклады: 1. Культурная среда страны, в которой размещается реклама; менталитет ее граждан и их привычки. 2. Законы страны, регулирующие рекламу. 3. Реклама в России: от Средневековья к новому времени.</p> <p>К теме 4.1.</p> <p>Охарактеризовать классификацию средств. Назвать основные элементы средств рекламы. Требования, предъявляемые к элементам средств рекламы.</p> <p>Что содержит реклама в прессе. Охарактеризовать виды печатной рекламы. Назвать виды аудиовизуальной рекламы. Охарактеризовать виды радио- и телерекламы. Классифицировать выставочные и ярмарочные мероприятия. Охарактеризовать классификацию рекламных сувениров. Какие особенности прямой почтовой рекламы? Охарактеризовать особенности наружной рекламы. Классифицировать мероприятия паблик рилейшнз. Охарактеризовать виды компьютеризированной рекламы.</p> <p>Мини-доклады: 1. Выбор средств распространения рекламы. 2. Имиджевая и престижная реклама фирмы. 1. Позы, жесты и мимика в телерекламе. 2. Некоторые общие правила печатной рекламы. 4. Интервью. 5. Наружная реклама. 6. Нетрадиционные методы рекламы.</p> <p>Изучите Закон РФ «О рекламе». Назовите общие требования, предъявляемые к рекламе; основные нормы Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики. Всегда ли виновата реклама, если дела у фирмы идут плохо?</p> <p>К теме 4.2.</p> <p>Сравнивая известные вам образы российской рекламы, сделайте выводы о соответствии ее положениям Кодекса. Что такое, по вашему, «антиреклама»? Приведите примеры такой рекламы за рубежом и в России. Сформулируйте ваши требования к рекламе.</p> <p>Проанализируйте положения Кодекса и сформулируйте его основные принципы.</p> <p>Мини-доклад: 1. Требования к рекламе в отношении защиты детей. 2. Запрещенные виды рекламы.</p> <p>Ознакомьтесь с рекламной деятельностью оптовых и промышленных предприятий. Изучите основные отделы рекламных агентств и их функции.</p> <p>Рассмотрите организацию взаимоотношений участников рекламного процесса. Охарактеризуйте этапы планирования рекламной работы на предприятии. Охарактеризуйте этапы планирования рекламных кампаний.</p> <p>Охарактеризуйте основные мероприятия фирмы в области PR.</p> <p>Мини-доклады: 1. Некоторые особенности рекламы торгового предприятия. 2. Некоторые особенности рекламы услуг. 3. Рекламно-пропагандистские мероприятия в случаях сопротивления потребителей. 4. Структура рекламной фирмы.</p> <p>К теме 4.3.</p> <p>Охарактеризуйте формулу дополнительного товарооборота.</p> <p>Охарактеризуйте формулу экономического эффекта рекламирования. Охарактеризуйте формулу рентабельности рекламы. С помощью</p>		
---	--	--

<p>каких методов определяется узнаваемость рекламы? Какие существуют показатели воздействия рекламы? Каким образом оценивается уровень побудительности рекламы? Как можно определить влияние рекламы на покупательское поведение потребителей? С помощью каких методов определяется экономическая эффективность рекламы?</p> <p>Охарактеризуйте методы определения психологической эффективности рекламных мероприятий.</p> <p>Охарактеризовать формулу определения степени привлечения внимания покупателей к наружной рекламе (витрине).</p> <p>Охарактеризуйте формулу определения степени действенности публикации рекламных объявлений. Выявите разницу между рекламными кампаниями для стимулирования начального спроса и завоевания доли рынка?</p> <p>Мини-доклады: 1. Основные принципы эффективной рекламы. 2. Расчет комплексного бюджета рекламы 3. Основные принципы эффективной рекламы. 4. Предпринимательство и рекламный бизнес.</p>		
<p>Учебная практика Виды работ</p> <p>Тема 1. Составление финансовых документов и отчетов;</p> <p>Тема 2. Осуществлять денежные расчеты; пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;</p> <p>Тема 3. Анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;</p> <p>Тема 4. Обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</p> <p>Тема 5. Проводить маркетинговые исследования рынка;</p> <p>Тема 6. Оценивать конкурентоспособность товаров;</p>	48	
<p>Производственная практика Виды работ</p> <p>Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов.</p> <p>Ознакомление с финансовыми документами и отчетами. Составление перечня финансовых документов. Участие в составлении и оформлении финансовых документов. Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров. Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров.</p> <p>Овладение навыками оформления документов по переоценки и уценки товаров. Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценки товаров. Оформление товарных отчетов. Участие в инвентаризации и оформлении отчета.</p> <p>Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями.</p> <p>Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов. Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками работы на машине пересчета денежных купюр. Овладение навыками проверки подлинности банкнот. Подсчет денежной выручки за день.</p> <p>Тема 3. Расчет основных налогов.</p> <p>Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией – базой практики. Расчет основных налогов (примеры расчета).</p> <p>Тема 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой (сбытовой) организации.</p> <p>Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД). Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации. Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. Текущего года. Оформление результатов анализа.</p> <p>Тема 5. Выявление потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга.</p> <p>Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров). Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов</p>	36	

<p>потребителей для выявления предпочтений разных товаров.</p> <p>Тема 6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка.</p> <p>Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации.</p> <p>Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары. Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.</p> <p>Тема 7. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года.</p> <p>Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций и компаний. Участие в организации рекламы в местах продаж. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации. Участие в выставках-продажах или дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения). Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Тема 8. Анализ маркетинговой среды организации.</p> <p>Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>		
Всего	662	

4 Условия реализации профессионального модуля

4.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов Маркетинга; Финансов, налогов, и налогообложения.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: настенные стенды, компьютеры, счетно-вычислительная техника.

Технические средства обучения: проекторы, комплекты слайдов, видеофильмы, фонд нормативных документов.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: торгово-технологическое оборудование торговых организаций.

4.2. Информационное обеспечение обучения.

Основные источники:

Федеральные законы и постановления Правительства.

1 Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 1, 2 и 4.
2 Налоговый кодекс Российской Федерации, часть 1, 2 и 3.
3 Бюджетный кодекс Российской Федерации.
4 Федеральные законы Российской Федерации, Указы Президента Российской Федерации, Постановления Правительства Российской Федерации, Инструкция Федерального агентства по налогам и сборам по вопросам финансового, бюджетного и налогового регулирования.

5 ФЗ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 № 2300/1-1 (с измен. И дополн. От 09.01.1996 N 2-ФЗ, от 17.12.1999 N 212-ФЗ, от 30.12.2001 N 196-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 02.11.2004 N 127-ФЗ, от 21.12.2004 N171-ФЗ, от 27.07.2006 N140-ФЗ, от 16.10.2006 N 160-ФЗ, от 25.11.2006 N193-ФЗ, от 25.10.2007 N234-ФЗ,от 23.07.2008 N 160-ФЗ, от 23.11.2009 N 261-ФЗ)

6 «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006

7 «О рекламе», 38-ФЗ от 13.03.2006

8 «О техническом регулировании», № 184-ФЗ от 27.12.2002 с измен.идоплн. № 65-ФЗ от 01.05.2007

9 «О защите конкуренции», № 135-ФЗ от 26.07.2006.

10 Лупей Н.А. Финансы. Учебное пособие для ССУЗов. – М.: Деловая литература, 2014

11 Канке М.В., Герасимова Е.Б. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие 2-е изд., перераб. и допл. –М.: Инфра-М, 2015

12 Губина О.В., Губин В.Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Практикум: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2016

13 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. 5-е изд., исправ. и допл. («Среднее профессиональное образование») – М.: Инфра-М, 2015

14 Чуева Л.Н., Чуев И.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник. 8-е изд., исправ. и допл. – М.: ИТК «Дашков и К», 2017

15 Пивоваров К.В. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций, - М.: Изд. «Дашков и К», 2015

16 Маркетинг: Учеб./под ред. Парамоновой Т.Н. – М.: Кнорусс, 2018

17 Чечевицына Л.Н., Чуев И.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Учебник для ССУЗов, - М.: «Дашков и К», 2015

Дополнительные источники:

- 1 Александров И.М. Налоги и налогообложение: Учебник, 10-е изд., перераб. И допол. – М.: ИТК «Дашков и К», 2010
- 2 Белоглазова Г.Н. Денежное обращение и банки. – М.: 2000
- 3 Ковалева А.М. Финансы. Уч.пособие. – М.: ФиС, 2002
- 4 Колпакова Г.М. Финансы. Денежное обращение. Кредит. – Учебное пособие. – М.: ФиС, 2003
- 5 Лаврушина О.И. Деньги, кредит, банки, - М.: ФиС, 2003
- 6 Лупей Н.А., Горина Г.А. Финансы и налогообложение торговых организаций: Учеб.пособие. – М.: ИТК «Дашков и К», 2007
- 7 Поляк Г.Б. Финансы бюджетных организаций. – М.: ФиС, 2003
- 8 Лупей Н.А., Горина Г.А. Финансы организаций: финансовые технологии управления предприятием: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2003
- 9 Самсонов Н.Ф. Финансы, денежное обращение и кредит. Учебник. – М.: Инфра-М, 2005
- 10 Соколова О.В. Финансы, деньги, кредит. Учебник. – М.: Юристъ, 2001
- 11 Фридман А.М. Финансы организации (предприятия): Учебник. – М.: ИТК «Дашков и К», 2010
- 12 Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Мастерство, 2001
- 13 Чернов В.А. Управленческий учет и анализ коммерческой деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2001
- 14 Антипов К.В. Паблик рилейшнз: Учебное пособие – М.: Издательский дом «Дашков и К», 2001

4.3 Организация образовательного процесса

Максимальный объем учебной нагрузки обучающегося составляет 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной профессиональной образовательной программы.

Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки при очной форме получения образования составляет 36 академических часов в неделю.

Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки при очно-заочной (вечерней) форме получения образования составляет 16 академических часов в неделю.

Организация учебной и производственной практики осуществляется образовательным учреждением в сроки, установленные рабочим учебным планом. Практику (учебную и производственную) студенты проходят в предприятиях розничной и оптовой торговли, а также в отделах сбыта производственных организаций или в сфере услуг.

Практика является обязательным разделом ПМ 02. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и могут реализовываться как концентрированно в несколько периодов, так и рассредоточено, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессиональных модулей.

Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются образовательным учреждением по каждому виду практики. Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Профессиональный модуль, изучение которого должно предшествовать освоению данного профессионального модуля: ПМ.01. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью.

Предшествующие дисциплины: «Математика», «Экономика организации», «Менеджмент», «Статистика», «Бухгалтерский учет».

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего образования, соответствующего профилю специальности. Желательно наличие опыта работы в торговых организациях.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего по указанным специальностям, соответствующего профилю специальности.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата.	Формы методы контроля и оценки.
ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.	Данные бухгалтерского учета для результатов коммерческой деятельности.	Устный и письменный текущий контроль. Проверка выполнения практических заданий.
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Реквизиты организационно-распорядительных, товаросопроводительных документов (правильность их заполнения)	Оценка правильности заполнения документов.
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Микроэкономические показатели.	Оценка правильности расчетов.
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Экономические показатели работы организации.	То же Тестирование
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Выявление потребностей и виды спроса.	Оценка выполнения практических работ, решение ситуационных задач. Тестирование.
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Перечень маркетинговых коммуникаций (обоснование их выбора).	То же

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Отчет о проведении маркетинговых исследований.	Оценка правильности выполнения.
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Разработанная сбытовая политика (обоснование выбора).	Оценка правильности выполнения. Тестирование.
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.	Показатели финансово-хозяйственной деятельности (расчет и анализа)	То же

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.	Показатели коммерческой деятельности (обоснование).	Тестирование. Устный контроль.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Выбранные типовые методы решения профессиональных задач.	То же. Оценка выполнения практических заданий.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Показатели аналитической и маркетинговой деятельности	То же
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимый для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Профессиональная информация (её поиск и использование при выполнении практических заданий).	То же

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Показатели эффективности работы в команде, коллективе.	Оценка участия в деловой игре, работы на практике.
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Самостоятельность выбора профессиональных задач.	Оценка выполнения практических заданий.
ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.	Грамотность речи, логическое изложение профессиональной информации.	Оценка устных выступлений и оформления самостоятельной работы.
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Нормы действующего законодательства, обязательные требования НД, требования стандартов, ТУ (соблюдение)	Оценка выполнения практических заданий, устных ответов, решения ситуационных задач (на соблюдение соответствия).