


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**  
ГАПОУ СО «Базарнокарабулакский техникум агробизнеса»

«УТВЕРЖДАЮ»  
Директор ГАПОУ СО «БТА»  
Крупнова Н.А.

  
«02» декабря 2017 г.

**Программа профессионального модуля 02**  
**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И**  
**МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Программа подготовки специалистов среднего звена  
38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)

Базарный Карабулак

2016 г.

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) и рекомендаций работодателей, работающих в соответствующей профессиональной среде по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям) Приказ Минобрнауки России от 15.05.2014 N539"Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)"(Зарегистрировано в Минюсте России 25.06.2014 N 32855)

Организация – разработчик: Государственное автономное образовательное учреждение Саратовской области «Базарнокарабулакский техникум агробизнеса»

Разработчик: Фролова О. И., преподаватель специальных дисциплин ГАПОУ СО «БТА»

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр.
	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	25
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	28

# 1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

### 1.1 Область применения программы

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

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им виды маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6. Обосновать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследования рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области гостиничного сервиса при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

## **1.2 Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

### **иметь практический опыт:**

- оформление финансовых документов и отчетов;
- проведение денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей торгово-финансовой деятельности торговой организации;
- выявление потребностей (спроса) на товары;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации.

### **уметь:**

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово хозяйственной деятельности торговой организации;
- 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 товара.

В соответствии с рекомендациями работодателей обучающийся должен **уметь:**

- выявлять требования потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг;
- проводить сегментацию рынков, осуществлять выбор целевых рынков.

**знать:**

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

- информационное обеспечение, организацию аналитической работы;
- анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат, управление маркетингом.

### **1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – **586** часов, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – **431** часа (вариативная часть 149 часов), включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **287** часов(вариативная часть 99 часов);

самостоятельной работы обучающегося – **144** часов(вариативная часть 50 часов);

- учебной практики – **72** часа;

- практики по профилю специальности – **72** часа.

## 2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**, в том числе профессиональными (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 виды маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6.	Обосновать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследованиях рынка, разработке и реализации маркетинговых решений;
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий



ОК 10.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

### 3 СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),	
			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 2.1-2.9	МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение	105	70	38		35				
	МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	93	63	32		32				
	МДК 02.03. Маркетинг	231	154	96	28	77				
	УП. 02.01. Практика по финансово-хозяйственной деятельности	72						72		
	ПП. 02.02. Практика по организации и проведению маркетинговой деятельности	72							72	
	<b>Всего:</b>	<b>431</b>	<b>287</b>	<b>166</b>			<b>144</b>		<b>72</b>	<b>72</b>

### 3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел ПМ. 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности				
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение		70		
Тема 2.1.1 Сущность финансов, их функции и роль в экономике.	Содержание учебного материала		6	
	1	Сущность финансов. Признаки финансов (денежный и распределительный характер финансов). Деньги и денежное обращение	2	1
	2	Функции финансов: распределительная, контрольная	2	1
	3	Роль финансов в экономике. Взаимосвязь финансов с экономическими категориями: заработная плата, кредит. Влияние финансов на воспроизводственный процесс	2	2
Тема 2.1.2. Финансовая система	Содержание учебного материала		2	
	1	Понятие финансовой системы. Сектора финансовой системы. Характер сфер и звеньев финансовой системы.	2	2
Тема 2.1.3. Бюджет и бюджетная система	Содержание учебного материала		10	
	1	Социально-экономическая сущность бюджета. Роль бюджета как финансовой базы.	2	2

		Бюджетная система Российской Федерации. Федеральный, региональный и местный бюджеты.		
	2	Доходы и расходы бюджета. Бюджетный процесс. Участники бюджетного процесса. Составление, внешняя проверка, рассмотрение и утверждение бюджетной отчетности.	2	2
	3	Бюджетирование как метод финансового планирования на предприятии	2	2
	4	Функции процесса бюджетирования на предприятии.	2	2
	5	Прибыль, денежные потоки как основные показатели эффективного бюджетирования на предприятии	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>12</b>	
	1	Анализ структуры государственного бюджета и определение сумм дефицита и субвенции	2	3
	2	Разработка путей совершенствования формирования и распределения местного бюджета	2	3
	3	Формирование бюджета организации	2	3
	4	Расчет эффективности бюджетирования на предприятии	6	3
<b>Тема 2.1.4 Внебюджетные фонды</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>4</b>	
	1	Сущность и назначение внебюджетных фондов. Источники формирования внебюджетных фондов. Классификация внебюджетных фондов по признакам	2	1
	2	Государственные внебюджетные фонды. Пенсионный фонд РФ. Фонды обязательного медицинского страхования. Фонд социального страхования	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>	
	1	Определение источников формирования внебюджетных фондов и принцип их перераспределения	2	3
<b>Тема 2.1.5 Содержание и основы финансов различных организационно-правовых</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>14</b>	
	1	Финансы коммерческих организаций (товарищества, общества производственный кооператив, унитарное предприятие)	2	1

<b>форм</b>	2	Финансы некоммерческих организаций (общественные объединения, организации, движения, фонды, учреждения, профсоюзы)	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>10</b>	
	1	Расчет финансовых операций различных организационно-правовых форм предприятий	10	3
<b>Тема 2.1.6 Элементы, функции и классификация налогов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>4</b>	
	1	Элементы налогов. Субъект налога или налогоплательщик. Объект налогообложения. Функции налогов (фискальная, регулирующая или распределительная и социальная)	2	2
	2	Классификация налогов (прямые, косвенные)	2	2
<b>Тема 2.1.7 Налоги сборы в Российской Федерации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>6</b>	
	1	Основные виды федеральных налогов (на прибыль, НДС, НДФЛ, отчисление во внебюджетные фонды, на добычу полезных ископаемых, таможенная пошлина, госпошлина, налог на имущество, экологические сборы и платежи)	2	2
	2	Налоги субъектов Российской Федерации (на имущество организаций, транспортный налог, упрощенная система налогообложения, единый налог на временный доход, налог на игорный бизнес)	2	2
	3	Местные налоги (земельный, на имущество физических лиц)	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>12</b>	
	1	Комплексный расчет налогов организации	12	3
<p><b>Домашняя работа при изучении раздела ПМ 02. МДК 02.01.</b>  Подготовка к практическим работам и семинарам.  Решение ситуационных задач, выполнение карточек заданий.  Подготовка образцов для выполнения практических и проверочных работ.  Работа с учебниками: Скворцов О.В. Налоги и налогообложение: Учеб.пособие для сред. проф. учеб. Заведений ;Климович «Финансы, денежное обращение и кредит»</p>				

**Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение**

**Тема 2.1.1. Сущность финансов, их функции и роль в экономике.**

- Подготовка доклада по теме: «История возникновения денег»
- Решение ситуационных задач

**Тема 2.1.2. Финансовая система**

- Рефераты «Финансовая система различных государств»

**Тема 2.1.3. Бюджет и бюджетная система**

- Подготовка сообщения: «Анализ формирования бюджета РФ»

**Тема 2.1.4. Внебюджетные фонды**

- Реферативная работа: «Негосударственные внебюджетные фонды и их деятельность»

**Тема 2.1.5. Содержание и основы финансов различных организационно-правовых форм**

- Реферативная работа: «Финансовые документы предприятия»

**Тема 2.1.6. Элементы, функции и классификация налогов**

- Реферативная работа «Налоговая система зарубежных стран»

**Тема 2.1.7. Налоги сборы в Российской Федерации**

- Подготовка сообщения: «Налоги с физических и юридических лиц» (реальные примеры)

**Учебная практика по финансово-хозяйственной деятельности**

**Виды работ:**

- оформление финансовых документов и отчетов;
- проведение денежных расчетов;
- расчет основных налогов.

<b>МДК 02.02. Анализ финансово- хозяйственной деятельности</b>		<b>63</b>	
<b>Тема 2.2.1 Анализ хозяйственная</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>17</b>	

<b>деятельность предприятия</b>	1	Предприятие как элемент системы. Виды анализа. Статистическая и динамическая составляющая деятельности предприятия. Этапы комплексного экономического анализа. Информационное и методическое обеспечение экономического анализа.	1	1
	2	Основные средства как объект анализа деятельности предприятия. Классификация основных средств, задачи и источники анализа. Оценка наличия и движения. Показатели технического состояния. Эффективность использования основных средств.	2	2
	3	Оборотные средства как объект анализа деятельности предприятия. Характеристика, состав и структура. Анализ наличия и изменения оборотных средств. Нормирование и организация материально-технического снабжения.	2	2
	4	Трудовые ресурсы как объект анализа деятельности предприятия. Численность и состав кадров. Структура персонала. Анализ движения рабочей силы. Анализ эффективного использования рабочего времени. Анализ производительности труда и трудозатрат.	2	2
	5	Производство и реализация продукции как объект анализа деятельности предприятия. Задачи анализа. Объем производства и реализации продукции. Анализ качества продукции. Анализ потребительского спроса на товар. Факторный анализ производства и реализации продукции.	4	2
	6	Затраты на производство и реализацию продукции как объект анализа деятельности предприятия. Цели и задачи анализа. Классификация затрат. Особенности российской и западной систем учета затрат. Управленческий учет. Предельные затраты и точка безубыточности. Анализ затрат на 1 руб. товарной продукции. Планирование затрат	4	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>16</b>	
	1	Оценка и анализ движения основных средств предприятия	2	3

	2	Анализ наличия и использования оборотных средств	2	3
	3	Анализ численности и движения кадров предприятия	2	3
	4	Анализ потребительского спроса на производимую продукцию.	4	3
	5	Анализ качества товаров	2	3
	6	Анализ произведенных затрат на производство и реализацию продукции.	4	3
<b>Тема 2.2.2. Анализ финансовой деятельности предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>14</b>	
	1	Анализ финансовых результатов. Задачи и источники информации. Определение финансовых результатов. Анализ прибыли предприятия. Расчет показателей рентабельности.. Финансовый и операционный рычаги. Анализ оборачиваемости оборотных капиталов. Финансовое планирование. Резервы улучшения финансовых показателей.	4	2
	2	Финансовое состояние предприятия. Задачи анализа. Платежеспособность и кредитоспособность предприятия. Оценка имущественного состояния и движения денежных средств. Анализ ликвидности предприятия. Финансовая устойчивость (относительные и абсолютные показатели)	4	2
	3	Анализ деловой активности предприятия. Эффективность управления капиталом. Динамика дебиторской кредиторской задолженности. Эффективность работы предприятия. Положение предприятия на рынке ценных бумаг.	6	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>16</b>	
	1	Определение финансовых результатов деятельности предприятия и их анализ	4	3
	2	Анализ платежеспособности, кредитоспособности, ликвидности и финансовой устойчивости предприятия	4	3
	3	Оценка имущественного состояния и движения денежных средств предприятия	4	3



	4	Анализ деловой активности предприятия	4	3
<p><b>Домашняя работа при изучении раздела ПМ 02. МДК 02.01.</b>  Подготовка к практическим работам и семинарам.  Решение ситуационных задач, выполнение карточек заданий.  Подготовка образцов для выполнения практических и проверочных работ.  Работа с учебником: «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» Чуева Л.Н., Чуев И.Н.</p> <p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 02. МДК 02.02.</b>  <b>Тема 2.2.1. Анализ хозяйственной деятельности предприятия</b>  Реферативно-исследовательская работа по темам:  Информационное и методическое обеспечение экономического анализа.  Эффективность использования основных средств.  Резервы повышения эффективного использования оборотных средств.  Анализ эффективного использования рабочего времени.  Особенности российской и западной систем учета затрат. Управленческий учет.</p> <p><b>Тема 2.2.2. Анализ финансовой деятельности предприятия</b>  Реферативно-исследовательская работа по темам:  Финансовый и операционный рычаги  Финансовая устойчивость (относительные и абсолютные показатели)  Эффективность управления капиталом.  Решение ситуационных задач по темам.  <b>Учебная практика по финансово-хозяйственной деятельности</b>  <b>Виды работ:</b>  - анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации.</p>				
<b>МДК 02.03. Маркетинг</b>			<b>154</b>	
<b>Тема 2.3.1 Структура маркетинговой деятельности.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>4</b>	
	1	Цели и задачи маркетинга. Функции и принципы маркетинга, их краткая характеристика. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар,	2	1

		цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение.		
	2	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).	2	1
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>	
	1	Окружающая среда маркетинга	2	3
	2	Анализ маркетинговой среды организации	4	3
<b>Тема 2.3.2. Объекты маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	
	1	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей	1	2
	2	Виды спроса, их краткая характеристика. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса.	1	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>	
	1	Определение потребности в товаре или услуге	2	3
	2	Объем спроса. Закон спроса. Способы оценки динамики спроса	2	3
	3	Оценка спроса и предложения предоставления товара или продукта	2	3
<b>Тема 2.3.3. Субъекты маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>4</b>	
	1	Потребители: понятие, классификация потребителей по разным признакам. Основы	2	2

		теории поведения потребителей: психологические и экономические аспекты. Модели потребительского поведения. Мотивационный процесс: понятие, стадии.		
	2	Классификация субъектов, осуществляющих маркетинговую деятельность, требования к ним, организационные структуры управления маркетингом.	1	2
	3	Новый продукт как средство удовлетворения потребности	1	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>8</b>	
	1	Исследование потребительских мотиваций и поведения	2	3
	2	Разработка нового продукта.	2	3
	3	Восприятие нового товара или услуги и потенциал развития спроса на нее	2	3
	4	Служба маркетинга на предприятии	2	3
<b>Тема 2.3.4 Услуга как продукт</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>6</b>	
	1	Особенности реализации услуги.	1	2
	2	Качество услуг и факторы его формирующие. Маркетинговое знание мнения клиента.	1	2
	3	Управление дифференциацией для организации сферы услуг.	1	2
	4	Жизненный цикл продукта и его продление	1	2
	5	Ассортимент, управление и формирование.	1	2
	6	Сервисная политика в предприятии торговли	1	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>10</b>	
	1	Определение качества обслуживания в торговом предприятии	2	3
	2	Разработка ассортимента для предприятия сферы услуг	2	3

	3	Разработка сервисной политики для конкретного торгового предприятия	2	3
	4	Определение жизненного цикла товара или услуги	2	3
	5	Продление жизненного цикла товара/услуги	2	3
<b>Тема 2.3.5 Сбытовая политика</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	
	1	Основные методы и системы сбыта продукции. Основные функции каналов распределения. Число уровней канала распределения	1	2
	2	Основные факторы, определяющие выбор канала распределения	1	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	
	1	Построение системы распределения для реализации продукта	2	3
	2	Характеристика посредников и участников канала сбыта	2	3
<b>Тема 2.3.6 Ценовая политика в комплексе маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	
	1	Цены: понятия, виды, назначение, функции Процесс ценообразования, факторы ценообразования	1	3
	2	Сущность ценовой тактики, как корректировать цену с учетом изменяющейся структуры рынка	1	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>	
	1	Исследование рынка по ценовой политике	2	3
	2	Разработка цен на товары и услуги	2	3
	3	Формирование цены на дополнительные услуги	2	3

<b>Тема 2.3.7</b> <b>Коммуникационная политика маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	
	1	Реклама и ее роль в коммуникационной политике торгового предприятия	1	2
	2	Продвижение продукта: способы продвижения.	1	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>8</b>	
	1	Выбор возможных способов рекламы для конкретного товара или услуги	2	3
	2	Разработка рекламы для торгового предприятия	2	3
	3	Составление бюджета на рекламу	2	3
	4	Разработка рекламной кампании	2	3
<b>Тема 2.3.8</b> <b>Управление маркетинговой деятельностью</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>6</b>	
	1	Стратегическое планирование в маркетинговой деятельности.	1	2
	2	Виды маркетинговой стратегии в зависимости о доли фирмы на рынке, рыночного спроса, товарной политики фирмы.	1	2
	3	Матричная оценка хозяйственного портфеля	3	2
	4	Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности	1	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>10</b>	
	1	Оценка хозяйственного портфеля организации	4	3
	2	Разработка рекомендаций по развитию хозяйственного портфеля организации	2	3
	3	Определение и разработка маркетинговой стратегии для торгового предприятия	4	3
	<b>Тема 2.3.9.</b> <b>Бэнчмаркинг, как инструмент маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>
1		Понятие и сущность бэнчмаркинга	1	2
2		Использование CRM технологий в практике торгового предприятия	1	2

	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	
	1	Использование инструментов бэнчмаркинга в деятельности торгового предприятия	2	3
	2	Разработка CRM технологий для конкретного торгового предприятия	2	3
<b>Тема 2.3.10 Маркетинговые исследования</b>	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	
	1	Процесс маркетинговых исследований	2	3
	2	Информационное обеспечение исследований в маркетинге.	2	3
	3	Субъекты маркетинговых исследований	2	3
	4	План маркетинговых исследований	2	3
	5	Принципы применения выборочных методов в маркетинговых исследованиях.	2	3
	6	Формы первичного маркетингового исследования – опрос, наблюдение, эксперимент	2	3
	7	Исследование потребителей	2	3
	8	Подготовка данных для маркетинговой информац	2	3
	9	Анкета и анкетирование	2	3
	10	Проведение опроса	2	3
	11	Обработка опросных листов	2	3
	12	Методы анализа данных: наблюдение	2	3
	13	Обработка данных полученных в результате наблюдения	2	3
	14	Анализ маркетинговых рисков.	2	3
	15	Прикладные маркетинговые исследования	2	3
	16	Разработка рекомендаций дальнейшей деятельности по данным маркетингового исследования	2	3
17	Маркетинговая деятельность коммерческого предприятия	2	3	
<b>Домашняя работа при изучении раздела ПМ 02. МДК 02.03.</b>				
Подготовка к практическим работам и семинарам.				

Решение ситуационных задач, выполнение карточек заданий.

Подготовка образцов для выполнения практических и проверочных работ.

### **Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 02. МДК 02.03.**

#### **Тема 2.3.1. Структура маркетинговой деятельности.**

- подготовка доклада по теме: «Маркетинговая среда фирмы»
- составление конспекта по теме: «Основные виды маркетинга по сфере применения»

#### **Тема 2.3.2. Объекты маркетинга**

- подготовка доклада по теме: «Классификация потребностей»

#### **Тема 2.3.3. Субъекты маркетинга**

- подготовка доклада: «Классификация потребителей по разным признакам».

#### **Тема 2.3.4. Услуга как продукт**

- составление конспекта по теме: «Виды потребностей и современные товары, способные эти потребности удовлетворять».
- подготовка сообщения по теме: «Пути повышения жизненного цикла товара или услуги»

#### **Тема 2.3.5. Сбытовая политика**

- составление конспекта по теме: «Каналы распределения в маркетинге»
- доклад по теме: «Роль посредника в деятельности организации»

#### **Тема 2.3.6. Ценовая политика в комплексе маркетинга**

- составление конспекта по теме: «Методы ценообразования».
- подготовка доклада по теме: «Установление цены на организацию обслуживания»

#### **Тема 2.3.7. Коммуникационная политика маркетинга**

- подготовка сообщения по теме: «Инновации в области рекламных технологий»
- подготовка доклада по теме: «Эффективные способы рекламы торгового предприятия»

#### **Тема 2.3.8. Управление маркетинговой деятельностью**

- структурированный доклад по теме: «Организационные структуры службы маркетинга»

#### **Тема 2.3.9. Бэнчмаркинг, как инструмент маркетинга**

- составление конспекта по теме: «Бэнчмаркинг, как компонент эффективного управления маркетингом».

#### **Тема 2.3.10. Маркетинговые исследования**

- составление доклада на тему: «Современные методы анализа маркетинговой информации»
- составление сообщения по теме «Современные тенденции проведения маркетинговых исследований»;
- составить структурный доклад по теме «Методы анализа данных»

**Примерная тематика курсовых работ раздела ПМ 02. МДК 02.03.**

1. Анализ маркетинговой среды торгового предприятия;
2. Определение конкурентоспособности товара или услуги;
3. Использование инструментов мерчандайзинга в торговой точке;
4. Изучение программы по стимулированию сбыта в торговой точке;
5. Эффективность работы коммуникационной политика торгового предприятия.

**Практика по профилю специальности по организации и проведению маркетинговой деятельности**

**Виды работ:**

- выявление потребностей (спроса) на товары;
- реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализ маркетинговой среды организации



## **4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1 Реализация программы предполагает наличие учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин» №49**

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект инструкционно-технологических карт;
- оценочные материалы (тесты (промежуточного и итогового контроля)), средства контроля (карточки-задания);
- раздаточный материал (схемы, таблицы, учебники).

- стенды:

«Экономическая теория (понятие, роль, функции и т. д.)»,

«Основные экономические показатели»,

«Экономическая политика государства»,

«Показатели экономического развития страны»,

«Экономический анализ».

Технические средства обучения:

- персональный компьютер АТТО;
- принтер CANON;
- интерактивная доска INTERWRITE;
- мультимедийная установка EPSON;
- Офисный пакет программ MSOffice 2007.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную практику и практику по профилю специальности.

### **4.2 Информационное обеспечение обучения**

#### ***Основные источники:***

1. Барышев А. Ф. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / А. Ф. Барышев. - 11-е изд., стер. – Москва : Академия, 2014. - 224 с. - Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru/reader/?id=53867>.
2. Лыгина Н.И., Ляпина И.Р. Маркетинг товаров и услуг: Учебник. – М.:ФОРУМ: ИНФРА – МЮ 2011, второе издание;

3. Косьмин, А. Д. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / А. Д. Косьмин. – Москва : Академия, 2014. – 208 с. – Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru/reader/?id=106719>.
4. Климович В.П. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп.- М.: ИД «Форум»: ИНФРА - М, 2012;
5. Мурахтанова Н.М. Маркетинг: Учебное пособие / Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. – М.: Издательский центр «Академия»; Мастерство, 2013;
6. Пястолов С.М.  
Анализ финансово – хозяйственной деятельности : учебник для студ.учреждений среднего профессионального образования /С.М. Пястолов.-12- е издание, стер.- М.: Издательский центр « Академия »,2014.- 384 с. Гриф. Минобр.

***Дополнительные источники:***

1. Драчева, Е. Л. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / Е. Л. Драчева. - 15-е изд., стер. - Москва : Академия, 2014. - 304 с. - Режим доступа: <http://www.academia-moscow.ru/reader/?id=94535>.
2. Алексунин, В. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / В. А. Алексунин. – Москва : Дашков и К, 2014. — 200 с. — Режим доступа: [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=70538](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70538)
3. Гайнутдинов Э.М., Ивуть Р.Б., Поддерегина Л.И. Практикум по маркетингу: Учеб. пособие/ Под общ. Ред. Э.М. Гайнутдинова. – МН.: ООО «Мисанта», 2011;
4. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 2013;
5. Котлер, Филип, Армстронг, Гари, Сондерс, Джон, Вонг, Вероника. Основы маркетинга: Пер. с английского.- ч-е европ. изд.-М.;СПб.; К.; Издательский дом «Вильямс», 2014;
6. Лебедев О.Т., Филлипова Т.Ю. Основы маркетинга/Учеб.пособ. под редакцией директора экономических наук, профессора О.Т. Лебедева. Изд. чтение, доп. – Дизайн обл. А.С. Андреев.- СПб.: ИД «НиМ», 2012;
7. Маркетинг: Учебник/ А.М. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А.Красильников и др.; Под ред. А.М. Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2011;
8. Периодическое издание: «Forbs/Форбс».
9. Периодическое издание: «Маркетолог».

- 10.Скворцов О.В. Налоги и налогообложение: Учеб.пособие для сред. проф. учеб. Заведений / О.В. Скворцов, Н.О. Скворцова. – 3-е изд., испр. и доп.- М.: Издательский центр «Академия», 2012;
- 11.Чуева Л.Н., Чуев И.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник. – 7-е изд., перераб. и доп.- М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011.

#### **4.3 Общие требования к организации образовательного процесса**

Перед изучением модуля обучающиеся изучают следующие дисциплины «Организация коммерческой деятельности», «Организация торговли», «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда», «Экономика организации», «Бухгалтерский учет».

#### **4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса**

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

Наличие высшего или высшего педагогического образования, соответствующего профилю модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

Педагогический состав: среднее-профессиональное или высшее образование, соответствующее профилю модуля.

## 5 .КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
1	2	3
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	- наличие практического опыта работы с данными бухгалтерского учета; - планирование коммерческой деятельности; - проведения учета товаров	Текущий контроль в форме: практических работ по темам МДК 02.01.,02.02.; - тестирование; - устный опрос; - решение ситуационных задач. Зачеты по темам разделов МДК 02.01., 02.02. в виде семинарских занятий
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	- составление финансовых документов и отчетов; - проведение денежных расчетов, связанных с коммерческой деятельностью организации; - применение программы «1С Предприятие» при работе с финансовой документацией	Текущий контроль в форме: - защиты практических работ по темам МДК 02.01., 02.02.; - тестирование; - устный опрос; - решение ситуационных задач. Зачеты по темам разделов МДК 02.01., 02.02. в виде семинарских занятий
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать	- использование экономических методов при расчетах основных показателей деятельности	Текущий контроль в форме: - защиты практических
1	2	3
микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	организации и проведение анализа эффективности их использования	работ по темам МДК 02.02.; - тестирование; - устный опрос; - решение ситуационных задач. Зачеты по темам

		разделов МДК 02.02. в виде семинарских занятий
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие практического опыта расчета рыночной цены товара с учетом основных факторов (спроса, предложения и конкуренции);</li> <li>- разработка и внедрение формы оплаты труда в коммерческой деятельности организации.</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- защиты практических работ по темам МДК 02.02.;</li> <li>- тестирование;</li> <li>- устный опрос;</li> <li>- решение ситуационных задач.</li> </ul> <p>Зачеты по темам разделов МДК 02.02. в виде семинарских занятий</p>
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им виды маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка ассортимента товара с учетом потребностей и спроса для обеспечения целей фирмы;</li> <li>- управление спросом на рынке при помощи инструментов стимулирования сбыта</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- защиты практических работ по темам МДК 02.03.;</li> <li>- тестирование;</li> <li>- устный опрос;</li> <li>- решение ситуационных задач.</li> </ul> <p>Зачеты по темам разделов МДК 02.03. в виде семинаров</p>
ПК 2.6. Обосновать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- воздействие на целевую аудиторию при помощи маркетинговых коммуникаций в соответствии с особенностями сегмента</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- защиты практических работ по темам МДК 02.03.;</li> <li>- тестирование;</li> <li>- устный опрос;</li> <li>- решение ситуационных задач.</li> </ul> <p>Зачеты по темам разделов МДК 02.03. в виде семинарских занятий</p>

<p>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследования рынка, разработке и реализации маркетинговых решений</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведение маркетинговых исследований, обрабатывание полученных данных, получение выводов,</li> <li>на основании которых разрабатываются оптимальные маркетинговые решения, которые необходимо применить в коммерческой деятельности</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- защиты практических работ по темам МДК 02.03.</li> <li>-тестирование;</li> <li>-устный опрос;</li> <li>-решение ситуационных задач.</li> </ul> <p>Зачеты по темам разделов МДК 02.03. в виде семинаров</p>
<p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выявление наиболее прибыльных каналов сбыта с учетом специфики реализуемой продукции</li> <li>- оценка конкурентоспособности не только продукции, но и торгового предприятия в целом;</li> <li>- выявление требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг;</li> <li>- проведение сегментации рынков;</li> <li>- осуществление выбора целевых рынков</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- защиты практических работ по темам МДК 02.03.;</li> <li>-тестирование;</li> <li>-устный опрос;</li> <li>-решение ситуационных задач</li> </ul>
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проработка маркетинговых стратегий организации с учетом анализа финансово- хозяйственной деятельности, проводить расчеты с клиентами, вести финансовую документацию</li> </ul>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- защиты практических работ по темам МДК 02.03.;</li> <li>-тестирование;</li> <li>-устный опрос;</li> <li>-решение ситуационных задач.</li> </ul> <p>Зачеты по темам разделов МДК 02.03. в виде семинарских занятий</p> <p>Итоговый контроль в виде комплексного экзамена по ПМ 02.</p>

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

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация интереса к будущей профессии.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Использованиялично-ориентированного подхода в оценке результатов обучения студентов
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области финансовой и маркетинговой деятельности - оценка эффективности и качества выполнения.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Использованиялично-ориентированного подхода в оценке результатов обучения студентов
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области бронирования гостя	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Использованиялично-ориентированного подхода в оценке результатов обучения студентов
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Использованиялично-ориентированного подхода в оценке результатов обучения студентов
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной

		программы. Использованиялично-ориентированного подхода в оценке результатов обучения студентов
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Использованиялично-ориентированного подхода в оценке результатов обучения студентов