

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Московский политехнический университет» (Московский Политех)

**Ивантеевский филиал  
Московского политехнического университета**

УТВЕРЖДАЮ  
заместитель директора филиала  
по учебной работе

\_\_\_\_\_ Н.А.Барышникова

01           сентября           2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой  
деятельности**

для специальности среднего профессионального образования

38.02.04 Коммерция (по отраслям)  
*код специальности*

2022 год

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (утверждён приказом Минобрнауки России от 15 мая 2014 г., № 539, зарегистрировано в Минюсте России 25 июня 2014 г. регистрационный № 32855);

**Организация-разработчик:** Ивантеевский филиал Московского политехнического университета

**Разработчики:** Е.Н. Губашева, преподаватель  
Е.К. Лобашевская, преподаватель  
В.В. Хорошилова., преподаватель

**Рецензенты:** Олег Михайлович Смирнов, генеральный директор,  
ООО «Адвентика»

Одобрена цикловой комиссией  
Экономики и управления  
Протокол № 1 от 31 августа 2022 г.

Председатель Цикловой комиссии \_\_\_\_\_ Е.К. Лобашевская

© Ивантеевский филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский политехнический университет», 2022

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	28

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

## 1.1 Область применения программы

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

## 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:

<b>Иметь практический опыт</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- оформления финансовых документов и отчетов;</li><li>- проведения денежных расчетов;</li><li>- расчета основных налогов;</li><li>- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;</li><li>- выявления потребностей (спроса) на товары;</li><li>- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</li><li>- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;</li><li>- анализа маркетинговой среды организации;</li></ul>
<b>уметь</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- составлять финансовые документы и отчеты;</li><li>- осуществлять денежные расчеты;</li><li>- пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;</li><li>- рассчитывать основные налоги;</li><li>- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;</li><li>- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</li> <li>- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования рынка;</li> <li>- оценивать конкурентоспособность товаров;</li> <li>- <i>определять виды финансовых инструментов;</i></li> <li>- <i>рассчитывать ссудные проценты;</i></li> <li>- <i>рассчитывать страховые взносы в ПФ РФ, ФФОМС, ФСС;</i></li> <li>- <i>прогнозировать финансовые результаты;</i></li> <li>- <i>определять жизненный цикл товаров;</i></li> <li>- <i>планировать рекламную кампанию;</i></li> <li>- <i>создавать рекламные тексты, рекламные плакаты.</i></li> </ul>
<p><b>знать</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;</li> <li>- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;</li> <li>- основные положения налогового законодательства; функции и классификацию налогов;</li> <li>- организацию налоговой службы; методику расчета основных видов налогов;</li> <li>- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы</li> <li>- анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;</li> <li>- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> <li>- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> <li>- этапы маркетинговых исследований, их результат;</li> <li>- управление маркетингом.</li> </ul>

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:

<b>Код</b>	<b>Наименование вида деятельности и профессиональных компетенций</b>
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 роста, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.
<b>ВД</b>	<b>Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности</b>
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.
--	---

### **1.3 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося –	416 часов,
в том числе:	
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –	230 часов;
учебной практики –	36 часов;
производственной практики –	36 часов;
самостоятельной работы обучающегося –	98 часов;
консультаций	16 часов.

## 2. Структура и содержание профессионального модуля

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Консультации, часов	Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося			Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. 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 2.1-2.4	Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение	132	88	42	-	38	-	6	-	-
ПК 2.9	Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	80	54	18		22	-	4	-	-
ПК 2.5-2.8	Раздел 3. Маркетинг	132	88	18		38	-	6	-	-
ПК 2.1-2.9	Учебная практика, часов	36							36	
ПК 2.1-2.9	Производственная практика, часов	36							36	
	<b>Всего:</b>	<b>416</b>	<b>230</b>	<b>78</b>	<b>-</b>	<b>98</b>	<b>-</b>	<b>16</b>	<b>72</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
<b>Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение</b>		<b>88</b>
<b>МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение</b>		<b>88</b>
<b>Тема 1.1. Сущность финансов, финансовая система и финансовая политика</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>
	1. Сущность, функции финансов и их роль в экономике. Структура финансов. Финансовые потоки и их взаимосвязь.	6
	2. Структура финансовой системы. Органы управления финансовой системой.	
	3. Финансовая политика, ее задачи и содержание. Финансовый механизм, его структура и роль в реализации финансовой политики.	
	<b>Практические занятия</b>	4
	1. Финансовые инструменты.	
	2. Финансовая политика.	
<b>Тема 1.2. Государственные финансы. Финансы и финансовая система РФ</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>
	1. Понятие, основные звенья, социально-экономическая сущность государственных финансов. Финансовая система РФ. Управление финансами и финансовая политика	6
	2. Государственный бюджет, структура доходов бюджета. Состав и структура расходов бюджета. Сущность налогов и их роль в формировании бюджета.	

	3.	Использование фондов социального обеспечения граждан. Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, система фондов обязательного медицинского страхования РФ	
	<b>Практические занятия</b>		4
	1.	Бюджетный процесс РФ.	
	2.	Участники бюджетного процесса.	
<b>Тема 1.3. Финансы организаций различных форм собственности</b>	<b>Содержание</b>		<b>14</b>
	1.	Сущность и функции финансов организаций. Управление финансовой деятельностью организаций. Основные принципы и факторы, влияющие на организацию финансов.	6
	2.	Особенности формирования финансовых ресурсов организаций различных форм собственности.	
	3.	Финансы и движение основного и оборотного капитала организации. Источники финансирования капитальных вложений.	
	<b>Практические занятия</b>		8
	1.	Ссудный кредит	
	2.	Простые ссудные проценты.	
3.	Сложные ссудные проценты.		
4.	Расчет показателей эффективности использования основного и оборотного капитала		
<b>Тема 1.4. Страхование</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>
	1.	Сущность и функции страхования. Классификация и виды страхования. Рынок страховых услуг и его структура	2
	<b>Практические занятия</b>		6
	1.	Пенсионный фонд РФ.	
	2.	Фонд социального страхования. Федеральный фонд обязательного медицинского страхования.	
3.	Расчет страховых взносов во внебюджетные фонды РФ.		
<b>Тема 1.5. Финансовый контроль</b>	<b>Содержание</b>		<b>2</b>
	1.	Финансовый контроль, формы и методы его проведения. Виды финансового контроля	2

<b>Тема 1.6. Современная банковская и кредитная системы.</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>
	1.	Банковская система РФ, ее структура. Функции и задачи системы.	6
	2.	Коммерческий банк. Функции и операции коммерческих банков. Депозитные операции коммерческих банков	
	3.	Сущность, функции и формы кредита. Принципы кредитования. Кредитные операции коммерческих банков	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Оформление банковских расчетно-кассовых документов	
<b>Тема 1.7. Рынок ценных бумаг</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1.	Понятие и задачи рынка ценных бумаг, функции и виды рынка ценных бумаг. Понятие фондовой биржи, функции, участники фондовой биржи. Виды ценных бумаг.	2
	<b>Практические занятия</b>		2
<b>Тема 1.8 Инвестиции и инвестиционная политика</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1.	Понятие и виды инвестиций. Источники и методы финансирования капитальных вложений. Краткосрочное и долгосрочное финансирование и кредитование, их принципы.	4
	2.	Показатели эффективности инвестиционных проектов: их характеристика и методика расчета.	
	<b>Практические занятия</b>		2
1.	Расчет показателей эффективности инвестиционных проектов.		
<b>Тема 1.9. Валютная система и международные финансовые отношения</b>	<b>Содержание</b>		<b>2</b>
	1.	Валюта. Валютный курс. Валютная система. Национальная, мировая и международная валютные системы. Особенности валютной системы РФ. Международные финансовые отношения.	2
<b>Тема 1.10. Федеральные налоги</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>
	1.	Понятие, элементы, функции и классификация налогов. Налоговая нагрузка.	4

	2.	Экономическая сущность. Налогоплательщики Объект налогообложения и формирование налоговой базы. Ставки налогов и порядок определения налоговой базы. Системы налоговых вычетов и их применение. Сроки уплаты. Налоговая отчетность	
	<b>Практические занятия</b>		4
	1.	Решение задач по расчету налога на добавленную стоимость и акцизов.	
	2.	Решение задач по расчету налога на прибыль.	
<b>Тема 1.11. Региональные налоги</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1.	Экономическая сущность налога на прибыль организаций, его роль в налоговой системе. Налогоплательщики Объекты налогообложения прибыли. Порядок определения налоговой базы Налоговые ставки. Сроки уплаты налога. Налоговая отчетность.	2
	<b>Практические занятия</b>		2
	1.	Решение задач по расчету налога на имущество организаций и транспортного налога.	
<b>Тема 1.12. Местные налоги</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1.	Экономическая сущность. Налогоплательщики Объект налогообложения и формирование налоговой базы. Ставки налога. Налоговый и отчетный период. Налоговые вычеты: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные. Сроки уплаты. Налоговая отчетность.	2
	<b>Практические занятия</b>		4
	1.	Решение задач по расчету налога на доход с физических лиц	
	2.	Решение задач по расчету налога на имущество физических лиц.	
<b>Тема 1.13. Специальные налоговые режимы</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая ставка Налоговый и отчетный период. Сроки уплаты.	2
	<b>Практические занятия</b>		4
	1.	Решение задач по расчету налогов в связи с применением специальных налоговых режимов.	

	2.	Решение задач по расчету налогов в связи с применением специальных налоговых режимов.	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ.02</b>			<b>38</b>
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. Решение задач.			
<b>Тематика домашних заданий МДК.02.01</b>			
Изучение отдельных статей Бюджетного и Налогового Кодекса РФ. Поиск, изучение и анализ информации на сайтах субъектов финансовой системы. Решение задач.			
<b>Консультации</b>			<b>6</b>
<b>Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>			<b>80</b>
<b>МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>			
<b>Тема 2.1 Экономический анализ: научные основы, предмет и задачи, методы и приемы</b>	<b>Содержание</b>		<b>2</b>
	1.	Научные основы экономического анализа и его значение в условиях рыночной экономики. Предмет и задачи экономического анализа.	2
<b>Тема 2.2 Анализ и управление объемом производства и продаж</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1.	Анализ объема продаж. Анализ выпуска продукции. Основные источники информации для проведения анализа. Анализ обновления и качества продукции. Анализ ритмичности производства.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Расчет и анализ показателей объема производства и реализации продукции.	2
<b>Тема 2.3 Анализ технико-организационного уровня производства.</b>	<b>Содержание</b>		<b>2</b>
	1.	Сущность и основные показатели технико-организационного уровня производства. Анализ технической оснащенности производства, оценка технического уровня и возрастного состава фондов.	2

<b>Тема 2.4 Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1.	Анализ трудовых показателей. Анализ численности и структуры персонала предприятия и его структурных подразделений.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Анализ показателей по труду и оплате труда в организации	2
<b>Тема 2.5 Анализ обеспеченности предприятия основными фондами и эффективности их использования</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1.	Анализ использования производственной мощности. Анализ обеспеченности предприятия основными фондами. Структура основных фондов.	2
	2.	Анализ технического состояния основных фондов. Анализ использования основных фондов. Анализ фондоотдачи	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Анализ динамики, структуры и показателей эффективности использования основных фондов	2
<b>Тема 2.6 Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами и их использование</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1.	Анализ материально-технического обеспечения. Показатели использования материальных ресурсов.	2
	2.	Оценка эффективности использования материальных ресурсов по показателям материалоотдачи, материалоемкости. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Оценка эффективности использования материальных ресурсов. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость продукции.	2
<b>Тема 2.7 Анализ оборота розничной торговли</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1.	Анализ структуры оборота розничной торговли. Анализ оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы.	2
	2.	Комплексный анализ показателей оборота розничной торговли. Анализ розничной торговли сети	2
	<b>Практические занятия</b>		

	1.	Анализ показателей оборота розничной торговли	2
<b>Тема 2.8 Анализ оборота оптовой торговли</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1.	Методика и особенность анализа оборота оптовой торговли по общему объему и товарным группам. Анализ поступления товаров в оптовом звене	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Анализ показателей оборота оптовой торговли	2
<b>Тема 2.9 Анализ</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
<b>Финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия</b>	1.	Анализ прибыли предприятия. Анализ финансовых результатов Анализ прочих доходов и расходов.	2
	2	Показатели рентабельности. Анализ рентабельности продукции, предприятия и капитала	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Анализ показателей прибыли и рентабельности.	2
<b>Тема 2.10 Анализ финансового состояния предприятия</b>	<b>Содержание</b>		<b>10</b>
	1.	Задачи анализа финансового состояния и основные источники информации. Технический и фундаментальный анализ. Внутренний и внешний анализ. Вертикальный и горизонтальный анализ	2
	2.	Общая оценка структуры имущества организации и его источников по данным баланса. Результаты общей оценки структуры активов и их источников по данным баланса.	2
	3.	Анализ ликвидности бухгалтерского баланса Анализ платежеспособности предприятия	2
	4.	Критерии оценки несостоятельности (банкротства) организаций. Анализ показателей финансовой устойчивости предприятия. Общая оценка деловой активности организации.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Решение задач Оценка имущественного и финансового положения предприятия. Расчет, анализ и оценка показателей ликвидности и платежеспособности предприятия. Оценка финансовой устойчивости предприятия.	2
<b>Тема 2.11 Анализ себестоимости продукции</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>

	1.	Задачи анализа себестоимости. Система показателей себестоимости продукции. Анализ структуры затрат на производство по экономическим элементам. Анализ затрат на 1 рубль продукции.	2
<b>Практические занятия</b>			
	1.	Анализ себестоимости продукции по экономическим элементам, статьям затрат, анализ затрат на 1 рубль продукции	2
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ.02</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации.			<b>22</b>
Решение задач на анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий			
<b>Тематика домашних заданий МДК.02.02</b> Работа с учебной и специальной литературой Работа с формами статистической и бухгалтерской отчетности Решение задач на анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий розничной и оптовой торговли			
<b>Консультации</b>			<b>4</b>
<b>Раздел 3. Маркетинг</b>			
<b>МДК.02.03. Маркетинг</b>			
<b>Раздел 1. Методологические основы маркетинга</b>			<b>18</b>
<b>Введение</b>	<b>Содержание</b>		<b>2</b>
	1.	История возникновения и основные этапы маркетинга. Значение маркетинга в подготовке менеджеров по продажам. Межпредметные связи с другими дисциплинами.	2
<b>Тема 1.1 Предмет, цели и задачи дисциплины</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины. Цели маркетинга: главные и промежуточные. Задачи маркетинга: главные, частные.	2
	2	Функции и принципы маркетинга	2
<b>Тема 1.2 Концепции развития рыночных отношений</b>	<b>Содержание</b>		<b>2</b>

	1	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Основные концепции рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.	2
<b>Тема 1.3 Структура маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1	Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Структура маркетинговой деятельности.	2
	2	Классификация маркетинга (виды). Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребительно - ориентированный и интегрированный.	2
<b>Тема 1.4 Сегментирование рынка</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1	Основные понятия: сегмент; сегментирование и ниша рынка. Назначение и признаки сегментирования потребительского рынка. Цели и принципы сегментации.	2
	2	Критерии выбора сегмента рынка: доступность сегмента для предприятия; существенность сегмента; совместимость с рынком основных конкурентов; эффективность работы на выбранный сегмент рынка; защищённость выбранного сегмента от конкуренции. Отбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара: понятие, назначение, способы, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Отбор целевых сегментов рынка	2
<b>Раздел 2. Практический маркетинг</b>			<b>70</b>
<b>Тема 2.1 Объекты маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия отдельных видов и разновидностей потребностей.	2

	2	Виды спроса, их краткая характеристика. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий. Выявление потребностей (спроса) на товар	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Объекты маркетинга	2
<b>Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание</b>		<b>10</b>
	1	Основные субъекты маркетинговой деятельности. Классификация участников деятельности на две группы: первая - выполняющих маркетинговую деятельность и вторая – контактирующих с маркетологами при выполнении маркетинговой деятельности.	2
	2	Потребители, классификация потребителей. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.	2
	3	Этапы принятия решения о покупке. Модель покупательского поведения.	2
	4	Модель покупательского поведения.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Покупательское поведение потребителей	2
<b>Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>
	1	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.	2
	2	Макросреда организации: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. Макросреда и конъюнктура рынка.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Микросреда (внутренняя) среда организации	2
	2	Макросреда (внешняя) среда организации	2

<b>Тема 2.4 Конкурентная среда</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки.	2
	2	Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения. Параметры, характеризующие конкурентоспособность.	2
	<b>Практические занятия</b>		
1	Конкурентная среда. Определение вида конкуренции по характерным признакам	2	
<b>Тема 2.5 Реклама</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>
	1	Реклама: понятие, назначение. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности.	2
	2	Виды рекламы. Цели, задачи и функции рекламы.	2
	3	Реклама в интернете: целевая аудитория Рунета, доля рекламы в интернете от общей суммы рекламных расходов, важнейшие аспекты, характеризующие сеть как пространство. Наиболее известные сетевые ресурсы среди порталов и поисковиков	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Составить рекламное объявление товара, организации или услуги	2
<b>Тема 2.6 Средства маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1	Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства распространения, средства стимулирования. Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара. Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. Уровни товара. Основные виды классификации товаров.	2

	2	Жизненный цикл товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Разработка новых товаров (продукции) в организациях Упаковка и маркировка товаров.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Средства маркетинга	2
<b>Тема 2.7 Ценовая политика</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1	Основные понятия: цена; ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначения цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Методика расчёта исходной цены.	2
	2	Стратегии ценообразования. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий. Внешние факторы, влияющие на ценообразование.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Установление цены изделия с помощью различных методов ценообразования	2
	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
<b>Тема 2.8 Средства распространения товаров</b>	1	Основные понятия: сбыт; распределение; реализация товаров; сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, деления, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта	2
	2	Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников.	2
<b>Тема 2.9 Методы маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов.	2

	2	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): виды, назначение. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, публич- рилейшнз; возможности, достоинства и недостатки.	2
<b>Тема 2.10 Маркетинговые исследования рынка</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1	Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений.	2
	2	Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. типы информации. Методы сбора первичной маркетинговой информации.	2
	3	Анкета как одна из составляющих экспертного опроса. Основные блоки анкеты: преамбула, паспортчика, «рыба», детектор. Основные классы анкетных вопросов. Разработка анкеты.	2
<b>Тема 2.11 Стратегия и планирование маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1	Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование.	2
	2	Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ.	2
	3	Итоговое занятие	2
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 02.03</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Выполнение самостоятельной работы с предварительным сбором информации			<b>38</b>
<b>Тематика домашних заданий МДК.02.03</b> Составить структурно-логическую схему дисциплины Анализ предложенных схем и сравнение общих и различающихся характеристик концепций сбыта и маркетинга Составить таблицу «Виды маркетинга» Сегментирование рынка товара с помощью дерева сегментации Разработка маркетинговых мероприятий при выявлении, формировании и удовлетворении потребностей Разработка структуры типологии потребителей по психографическому и поведенческому признакам Анализ окружающей среды торговой организации			

<p>Оценка конкурентоспособности организации и установление её конкурентных преимуществ  Разработать комбинированный товарный знак и фирменный стиль  Разработать упаковку товара  Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации  Оптовая и розничная торговля (доклад)  Маркетинговые решения по связям с общественностью, по персональным продажам, по стимулированию  проведение маркетинговых исследований рынка определённого вида товаров или услуг</p>	
<b>Консультации</b>	<b>6</b>
<p><b>Учебная практика Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оформление финансовых документов и отчетов</li> <li>2. Проведение денежных расчетов</li> <li>3. Расчет основных налогов</li> <li>4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности</li> <li>5. Анализ маркетинговой среды организации. Выявление потребностей (спроса) на товары</li> <li>6. Разработка маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой, разработка рекламных акций и кампаний</li> </ol>	<b>36</b>
<p><b>Производственная практика – (по профилю специальности)</b></p> <p><b>Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оформление финансовых документов и отчетов</li> <li>2. Проведение денежных расчетов</li> <li>3. Расчет основных налогов</li> <li>4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности</li> <li>5. Анализ маркетинговой среды организации. Выявление потребностей (спроса) на товары</li> <li>6. .Разработка маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой, разработка рекламных акций и кампаний</li> </ol>	<b>36</b>
<b>Всего</b>	<b>416</b>

### 3. Условия реализации программы профессионального модуля

#### 3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены:

учебный кабинет финансов, налогов и налогообложения;

учебный кабинет маркетинга;

учебный кабинет междисциплинарных курсов;

лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебного кабинета финансов, налогов и налогообложения:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение;

Технические средства обучения:

- экран;
- мультимедийный проектор;
- компьютер с лицензионным программным обеспечением.

Оборудование учебного кабинета маркетинга:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение;

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением.

Оборудование учебного кабинета междисциплинарных курсов:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение;

Технические средства обучения:

- экран;
- мультимедийный проектор;
- компьютер с лицензионным программным обеспечением.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности:

- автоматизированное рабочие места преподавателя и студентов, оснащенные лицензионным программным обеспечением общего и профессионального назначения;
- принтер.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику. Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:<sup>1</sup>

- автоматизированное рабочие места, оснащенные лицензионным программным обеспечением общего и профессионального назначения;
- принтер.

### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы<sup>2</sup>**

##### **Основная учебная литература:**

ОЛ.1. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 434 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13969-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489654> (дата обращения: 31.08.2022).

ОЛ.2. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Бураков [и др.] ; под редакцией Д. В. Буракова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 366 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10231-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491482> (дата обращения: 31.08.2022).

ОЛ.3. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Поляк [и др.] ; ответственные редакторы Г. Б. Поляк, Е. Е. Смирнова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 380 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14544-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489725> (дата обращения: 31.08.2022).

---

<sup>1</sup> Приводится перечень средств обучения, включая тренажеры, модели, макеты, оборудование, технические средства, в т.ч. аудиовизуальные, компьютерные и телекоммуникационные и т.п. Количество не указывается.

<sup>2</sup> ГОСТ 7.1-2003 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления

ОЛ.5.Шадрина Г.В. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 461 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14766-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491661> (дата обращения: 31.08.2022).

ОП.6. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494289> (дата обращения: 31.08.2022).

#### **Дополнительная учебная литература:**

ДЛ.1. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / Т.М. Ковалева под ред. и др. — Москва : КноРус, 2016. — 168 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-04525-1. <https://www.book.ru/book/918551/view2/1> Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие / Т.С. Бронникова. — Москва : КноРус, 2010. — 208 с. — ISBN 978-5-390-00525-5. <https://www.book.ru/book/253311/view2/1>

ДЛ.2. Налоги и налогообложение : учебник / Л.И. Гончаренко, И.В. Липатова, Н.П. Мельникова, М.Р. Пинская, Е.Е. Смирнова, М.В. Пьянова, Ю.В. Малкова, А.С. Адвокатова, А.Е. Белоконь, А.В. Гурнак, Т.В. Зверева, А.В. Князева, Н.И. Малис, Мигашкина. — Москва : КноРус, 2018. — 239 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-06188-6. <https://www.book.ru/book/927099/view2/1>

ДЛ.3. Маркетинг: учебник / Т.Н. Парамонова, под ред. — Москва : КноРус, 2011. — 359 с. — ISBN 978-5-406-01744-9. <https://www.book.ru/book/908527/view2/1>

ДЛ.4. Маркетинг : учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2018. — 192 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-06183-1. <https://www.book.ru/book/926685/view2/1>

#### **Информационные ресурсы интернет:**

ИР.1. ЭБС ВООК.ru, [www.book.ru](http://www.book.ru)

ИР.2. ЭБС КнигаФонд, [www.knigafund.ru](http://www.knigafund.ru)

ИР.3. ЭБ ИЦ «Академия», [www.Academia-moscow.ru](http://www.Academia-moscow.ru)

ИР.4. Правовой портал ГАРАНТ.ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

ИР.5. Справочно-правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и 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	Использование данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров	<i>Текущий контроль</i> : -устный и письменный опрос - выполнение и защита практических работ; - выполнение самостоятельной работы.
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	Умение оформить, проверить правильность составления, обеспечить хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<i>Итоговый контроль</i> : Промежуточная аттестация: Дифференцированные зачеты по МДК, практикам. Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях Экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	Умение 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	Способность 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.	Способность 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.	Умение применять маркетинговые коммуникации.	

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Способность проведения маркетинговых исследований рынка, разработки и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Способность 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	Способность применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты

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.

<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
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 организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности; - оценка эффективности и качества выполнения;	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности;	

<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>-эффективный поиск необходимой информации; -использование различных источников, включая электронные</p>	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>-взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения</p>	
<p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного роста, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>-организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля</p>	
<p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.</p>	<p>-логически верное, аргументированное и ясное изложение своих мыслей при устных и письменных ответах на вопросы, при участии в обсуждении изучаемого материала в рамках учебных и практических занятий и при выступлении с докладами.</p>	
<p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.</p>	<p>- соблюдение действующих законов и требований нормативных документов, стандартов, технических условий.</p>	

