

Частное профессиональное образовательное учреждение  
«Златоустовский юридический колледж «Ицыл»



**СОГЛАСОВАНО**

Председатель ПЦК

*Гомола М.А.* Гомола М.А.

Протокол №1

«27» августа 2021 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
профессионального модуля

**ПМ 02 Организация и проведение экономической и  
маркетинговой деятельности**

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности

**38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

Златоуст, 2021 г.

<b>Содержание</b>	Стр.
1. Общая характеристика рабочей программы и результаты освоения профессионального модуля профессионального модуля	3
2. Структура и содержание профессионального модуля	6
3. Условия реализации профессионального модуля	21
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	25

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

## профессионального модуля ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью основной профессиональной образовательной программы базовой подготовки в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям), входящей в состав укрупнённой группы специальностей 38.00.00 Экономика и управление 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 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.

### 1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

В рамках освоения программы профессионального модуля, обучающиеся получают практический опыт и осваивают умения и знания

ПК, ОК.	Практический опыт	Умения	Знания
ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12,	–оформления финансовых документов и отчетов;	–составлять финансовые документы и отчеты; –осуществлять	–сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег,

<p>ЛР 01-15</p>	<p>–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;</p>	<p>денежные расчеты;  –пользоваться нормативными документами 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;</p>	<p>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.</p>
-----------------	---	--	---

**1.3 В результате освоения профессионального модуля формируются общие и личностные результаты:**

<p align="center"><b>Общие компетенции и личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)</b></p>	<p align="center"><b>Код ОК и ЛР</b></p>
<i>Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</i>	<b>ОК 1</b>
<i>Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</i>	<b>ОК 2</b>
<i>Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</i>	<b>ОК 3</b>
<i>Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</i>	<b>ОК 4</b>
<i>Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</i>	<b>ОК 6</b>
<i>Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</i>	<b>ОК 7</b>
<i>Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь</i>	<b>ОК 10</b>
<i>Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий</i>	<b>ОК 12</b>
<b>Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.</b>	<b>ЛР 1</b>
<b>Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.</b>	<b>ЛР 2</b>
<b>Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.</b>	<b>ЛР 3</b>
<b>Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».</b>	<b>ЛР 4</b>
<b>Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.</b>	<b>ЛР 5</b>
<b>Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.</b>	<b>ЛР 6</b>
<b>Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.</b>	<b>ЛР 7</b>
<b>Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.</b>	<b>ЛР 8</b>
<b>Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.</b>	<b>ЛР 9</b>
<b>Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том</b>	<b>ЛР 10</b>

числе цифровой.	
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.	<b>ЛР 11</b>
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.	<b>ЛР 12</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</b>	
Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности	<b>ЛР 13</b>
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость	<b>ЛР 14</b>
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	<b>ЛР 15</b>

### **1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля.**

Всего – 417 часов,

в том числе:

обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося – 302 часов,

в том числе:

практические занятия – 80 часов,

самостоятельная работа обучающегося – 115 часов;

учебная практика – 36 часов,

производственная практика – 36 часов.

**3. Структура и содержание профессионального модуля**  
**3.1 Тематический план профессионального модуля (СПО)**

Код профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего, часов (обязател+сам.р.+практики)	Объем времени, отведенного на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося				Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная практика, часов
			Всего, часов	в т. ч. ЛПР, часов	в т. ч. практическая подготовка	в т. ч. курсовая работа, 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	МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение	<b>120</b>	<b>80</b>	20	10	-	<b>40</b>	-	-	-
ПК 2.9	МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	<b>93</b>	<b>62</b>	20	20	-	<b>31</b>	-	<b>36</b>	-
ПК 2.5-2.8	МДК 02.03 Маркетинг	<b>132</b>	<b>88</b>	40	20	-	<b>44</b>	-	-	-
	<b>Учебная практика</b>	<b>36</b>			36					
	<b>Производственная практика, часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)</b>	<b>36</b>			36					<b>36</b>
	<b>Всего:</b>	<b>417</b>	<b>230</b>	<b>80</b>	<b>122</b>	-	<b>131</b>		<b>36</b>	<b>36</b>

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

<b>Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем</b>	<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)</b>	<b>Объем часов</b>	<b>Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы</b>
<b>ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности</b>		<b>417</b>	
<b>МДК 02.01.Финансы, налоги и налогообложение</b>		<b>80</b>	
<b>Раздел 1. Финансы</b>		<b>36</b>	
<b>Тема 1.1. Возникновение денег, сущность и функции денег.</b>		<b>2</b>	
	Возникновение денег, сущность и функции денег. Деньги как всеобщий эквивалент. Виды денег. Скорость обращения денег. Организация и регулирование денежного обращения. Государственный контроль за ростом денежной массы.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
<b>Тема 1.2. Сущность, функции и роль финансов в экономике.</b>		<b>4</b>	
	Сущность, функции и роль финансов в экономике. Финансы и распределение валового общественного продукта и национального дохода. Функции финансов. Роль финансов в экономике.	2	
	Понятие финансовой системы, ее звенья и их характеристика. Экономическое содержание и функции финансов предприятий. Финансовый менеджмент. Денежные отношения возникающие на предприятии.	2	
<b>Тема 1.3. Государственные финансы</b>		<b>4</b>	
	Государственные финансы и федеральный бюджет. Финансирование и денежно – кредитная политика. экономическая сущность бюджета государства. Функции бюджета. Задачи бюджетной политики на современном этапе. Доходы и Расходы Федерального бюджета. Бюджетная система и бюджетное устройство.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12,



	Государственный кредит. Внебюджетные фонды, их особенности и классификация.	2	ЛР 1-15
<b>Тема 1.4. Банковская система РФ</b>		<b>6</b>	
	Банки и банковская система. Понятие банка, кредитной организации, небанковской кредитной организации. Банковская система: ее состав и структура. Коммерческие банки и их виды.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Безналичные расчеты и их формы. Расчеты с применением банковских карт, риски при осуществлении электронных платежей	2	
	<b>Практическое занятие № 1</b> Порядок проведения денежных расчетов	2	
<b>Тема 1.5. Кредитная система.</b>		<b>4</b>	
	Кредит и кредитная система. Функции кредита Виды кредита. Необходимость кредита. Условия предоставления кредита. Формы обеспечения кредита: залог, поручительство, банковская гарантия, цессия. Процентные вычисления.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	<b>Практическое занятие № 2</b> Расчет процентов по кредитам и вкладам		
<b>Тема 1.6. Ценные бумаги.</b>		<b>4</b>	
	Ценные бумаги. Понятие рынка ценных бумаг, цели и задачи деятельности. Функции рынка ценных бумаг. Понятие ценной бумаги. Классификация. Основные виды ценных бумаг.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	<b>Практическое занятие № 3</b> Расчет рыночной цены и доходов по ценным бумагам	2	
<b>Тема 1.7. Финансовое планирование и финансовый контроль</b>		<b>6</b>	
	Финансовое планирование. Цели и задачи финансового планирования. Виды финансовых планов и порядок их составления.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Финансовый контроль и причины его появления. Классификация видов финансового контроля.	2	
	<b>Практическое занятие № 4</b> Оформление финансовых документов (отчет о финансовых результатах)	2	
<b>Тема 1.8. Международные финансы и мировая валютная система.</b>		<b>6</b>	
	Валютная система Российской Федерации, условия ее функционирования. Валютное регулирование и валютный контроль. Механизм проведения валютного контроля.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Международные финансы и мировая валютная система. Классификация валют и их конвертируемость.	2	

	Контрольная работа по разделу 1	2	
	<b>Самостоятельная работа по разделу 1</b> ( выполнение домашних заданий): – работа с конспектом лекции – ответы на контрольные вопросы – чтение текста – подготовка к практическим занятиям	13	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа по разделу</b>	<b>5</b>	
	№1. Характеристика денежных отношений, возникающих на предприятии. Конспект	2	
	№2. Формы обеспечения кредита: залог, поручительство, банковская гарантия, цессия. Конспект	3	
<b>Раздел 2. Налоги и налогообложение</b>		<b>44</b>	
<b>Тема 2.1.</b> Основные положения налогового законодательства.		<b>2</b>	
	Законодательство Российской Федерации о налогах и сборах. Законодательство субъектов Российской Федерации о налогах и сборах.	2	
<b>Тема 2.2.</b> Налоговая система Российской Федерации, принципы ее построения		<b>4</b>	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Понятие налоговой системы. Принципы построения, ее структура. Организация налоговой службы Российской Федерации.	2	
	Экономическая сущность налогов и сборов. Элементы налогообложения. Функции налогов. Классификация налогов	2	
<b>Тема 2.3</b> Налоговая политика государства		<b>4</b>	
	Определение налоговой политики государства. Условия эффективного действия налоговых отношений в обществе. Главная цель налоговой политики. Реализация налоговой политики через налоговые механизмы. Характеристика налогового механизма	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Права и обязанности налогоплательщиков и налоговых органов Ответственность предприятий и должностных лиц за нарушение налогового законодательства Характеристика системы налоговых штрафов. Расчет налоговых санкций	2	
<b>Тема 2.4.</b> Местные налоги и сборы, порядок их расчета.		<b>4</b>	
	Земельный налог. Плательщики налога. Объекты налогообложения. Ставки налога. Порядок расчета. Налоговые льготы. Уплата налога.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10,

	Налог на имущество физических лиц. Плательщики налога. Объекты налогообложения. Ставки налога. Порядок расчета. Налоговые льготы. Уплата налога.	2	12, ЛР 1-15
<b>Тема 2.5.</b> Региональные налоги, порядок их расчета.		<b>8</b>	
	Транспортный налог. Объекты налогообложения. Ставки налога. Плательщики налога. Ставки налога. Порядок расчета. Налоговые льготы. Уплата налога.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Налог на имущество организаций. Объекты налогообложения. Ставки налога. Плательщики налога. Ставки налога. Порядок расчета. Налоговые льготы. Уплата налога	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>	
	№5 Расчет транспортного налога.	2	
	№6 Расчет налога на имущество организаций.	2	
<b>Тема 2.6.</b> Федеральные налоги, методика их расчета.		<b>14</b>	
	Налог на добавленную стоимость (НДС). Объекты налогообложения. Ставки налога. Плательщики налога. Объекты налогообложения.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Методика расчета НДС. Ставки налога. Налоговые льготы. Уплата налога	2	
	Налог на прибыль организаций. Объекты налогообложения. Ставки налога. Плательщики налога.	2	
	Методика расчета налога на прибыль организаций. Ставки налога. Налоговые льготы. Уплата налога	2	
	Налог на доходы физических лиц. Объекты налогообложения. Ставки налога. Плательщики налога. Ставки налога. Порядок расчета. Налоговые льготы. Уплата налога налоговыми агентами.	2	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>	
	№7 Расчет налога на добавленную стоимость	2	
	№8 Расчет налога на прибыль организаций	2	
<b>Тема 2.7.</b> Специальные налоговые режимы		<b>8</b>	
	Характеристика специальных налоговых режимов. Упрощенная система налогообложения.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Единый налог на вмененный доход.	2	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>	
	№ 9 Расчет единого налога на вмененный доход	2	

	№ 10 Расчета единого налога при применении УСН	2	
	<b>Самостоятельная работа по разделу 2</b> (выполнение домашних заданий): – работа с конспектом лекции – ответы на контрольные вопросы – чтение текста – подготовка к практическим занятиям – работа с нормативными документами	15	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа по разделу</b>	7	
	№ 3. Характеристика налоговых органов , которые организуют и осуществляют работу по контролю за полнотой и правильностью исчисления и уплаты налогов .	3	
	№ 4. Характеристика налога на игорный бизнес.	2	
	№ 5. Характеристика расходов, уменьшающих полученные доходы при определении налоговой базы по налогу на прибыль.	2	
<b>МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>		<b>60</b>	
<b>Раздел 1 Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности</b>		<b>14</b>	
<b>Тема 1.1 Понятие, виды и методика анализа финансово-хозяйственной деятельности организации</b>		<b>14</b>	
	Понятие и значение анализа и контроля хозяйственной деятельности, имущественного и финансового положения. Задачи и цели анализа	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Предмет и объекты анализа. Методы анализа	2	
	Способы обработки экономической информации	2	
	Методика факторного анализа	2	
	Виды, информационное обеспечение анализа и организация аналитической работы на предприятии.	2	
	<b>Практическое занятие № 1</b> Решение ситуационных задач с применением различных методов анализа	4	
	Самостоятельная работа (выполнение домашних заданий): работа с конспектом лекции ответы на контрольные вопросы чтение текста	4	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа №1</b> Классификация видов АФХД	3	

<b>Раздел 2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий</b>		<b>46</b>	
<b>Тема 2.1 Анализ розничного товарооборота и товарных запасов</b>		<b>14</b>	
	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота. Анализ выполнения плана и динамики розничного товарооборота	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов	2	
	Анализ поступления товаров. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости	2	
	Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов	2	
	Анализ состояния и использования материально-технической базы	2	
	<b>Практические занятия</b>	4	
	№ 2 Анализ выполнения плана и динамики розничного товарооборота	2	
	№ 3 Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости	2	
	Самостоятельная работа (выполнение домашних заданий) работа с конспектом лекции ответы на контрольные вопросы подготовка к практическим занятиям	4	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 2</b> Анализ эффективности использования материальных и трудовых ресурсов	3	
<b>Тема 2.2 Анализ оптового товарооборота</b>		<b>8</b>	
	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа оптового товарооборота. Анализ выполнения плана и динамики оптового товарооборота	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Анализ влияния факторов на выполнение плана и динамику оптового товарооборота	2	
	<b>Практическое занятие №4</b> Факторный анализ оптового товарооборота	4	
	Самостоятельная работа (выполнение домашних заданий) работа с конспектом лекции ответы на контрольные вопросы подготовка к практическим занятиям	4	
<b>Тема 2.3 Анализ издержек обращения</b>		<b>10</b>	
	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения в торговле. Анализ издержек обращения по общему объему, составу и структуре	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12,
	Факторный анализ издержек обращения	2	

	Анализ отдельных статей издержек обращения	2	ЛР 1-15
	<b>Практическое занятие № 5</b> Анализ издержек обращения	4	
	Самостоятельная работа (выполнение домашних заданий) – работа с конспектом лекции – ответы на контрольные вопросы – подготовка к практическим занятиям – чтение текста	3	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 3</b> Факторный анализ издержек обращения	2	
<b>Тема 2.4 Анализ финансовых результатов деятельности торговых организаций</b>		<b>12</b>	
	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа финансовых результатов	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Факторный анализ валового дохода	2	
	Факторный анализ прибыли торгового предприятия	2	
	Факторный анализ рентабельности торгового предприятия	2	
	<b>Практические занятия № 6</b> Факторный анализ прибыли и рентабельности торгового предприятия	4	
	Контрольная работа по разделу 2	2	
	Самостоятельная работа (выполнение домашних заданий) – работа с конспектом лекции – ответы на контрольные вопросы – подготовка к практическим занятиям – чтение текста – подготовка к зачету	6	
<b>МДК 02.03 Маркетинг</b>		<b>120</b>	
<b>Раздел 1 Методологические основы маркетинга</b>		<b>52</b>	
<b>Тема 1.1 Понятие и сущность маркетинга</b>		<b>6</b>	
	Понятие и сущность маркетинга. Основные исторические этапы развития маркетинга. Концепции управления маркетингом. Цели, задачи и функции маркетинга. Роль маркетинга в экономике.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12,

	Принципы и методы маркетинга. Виды маркетинга и маркетинговой деятельности. Основные сферы применения маркетинга.	2	ЛР 1-15
	Процесс управления маркетингом. Разработка комплекса маркетинга.	2	
<b>Тема 1.2</b> Объекты и субъекты маркетинговой деятельности		<b>14</b>	
	Объекты маркетинга, их общность и различия. Классификация потребностей.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Маркетинговая среда фирмы. Основные факторы внешней микросреды фирмы.	2	
	Основные факторы внешней макросреды функционирования фирмы.	2	
	Классификация субъектов маркетинга. Организационная структура управления маркетингом. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации.	2	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>6</b>	
	<b>№ 1</b> Выявление основных и дополнительных потребностей, удовлетворяемых организацией.	2	
	<b>№ 2</b> Анализ правовой среды маркетинга	2	
	<b>№ 3</b> Составление структуры службы маркетинга на предприятии.	2	
<b>Тема 1.3</b> Рынок и рыночные показатели		<b>14</b>	
	Понятие рынка, его виды и принципы функционирования. Основные признаки рынка. Типы маркетинга и маркетинговые мероприятия при разных видах спроса.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Рыночные показатели, их содержание и основное назначение.	2	
	Сегментирование рынка: понятие, критерии и признаки. Процесс, принципы и методы сегментирования рынка. Выбор сегмента. Особенности сегментации рынка товаров промышленного назначения.	2	
	Понятие и виды конкуренции. Стратегии конкурентов.	2	
	Конкурентоспособность товара и фирмы. Моделирование показателей конкурентоспособности.	2	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>	
	<b>№ 4</b> Решение ситуационных задач по расчету рыночных показателей.	2	
	<b>№ 5</b> Анализ конкурентной среды организации.	2	
<b>Тема 1.4</b> Поведение покупателей на рынке		<b>6</b>	
	Потребительский рынок. Модель покупательского поведения. Восприятие товара. Факторы, влияющие на поведение потребителей.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Рынок предприятий. Поведение потребителей промышленных товаров.	2	

	<b>Практическое занятие № 6</b> Анализ поведения потребителей при совершении покупки.	2	
<b>Тема 1.5</b> Товар как объект маркетинга		<b>12</b>	
	Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров. Использование товарных марок и упаковок. Товарный ассортимент и номенклатура.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Методы создания новых товаров. Стратегия разработки новых товаров. Процесс и методы выработки новых идей для разработки новых товаров. Психологические модели.	2	
	Структура ассортимента продукции. Позиционирование товара на рынке.	2	
	Жизненный цикл товара: понятие, стадии. Кривая жизненного цикла товара.	2	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>	
	<b>№ 7</b> Определение этапа жизненного цикла товара.	2	
	<b>№ 8</b> Разработка маркетинговых мероприятий для выявления этапа жизненного цикла товара.	2	
	<b>Самостоятельная работа по разделу 1</b> (выполнение домашних заданий):	15	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	- работа с конспектом лекций (обработка текста)		
	- подготовка к тестированию по темам раздела		
	- подготовка ответов на контрольные вопросы		
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Выполнение творческого проекта на тему «Разработка рекламной компании организации».	7	
<b>Раздел 2 Практический маркетинг</b>		<b>68</b>	
<b>Тема 2.1</b> Маркетинговые исследования рынка		<b>8</b>	
	Концепция системы маркетинговой информации. Система внутренней отчетности. Система сбора внешней текущей маркетинговой информации.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Система маркетинговых исследований: понятие, принципы и этапы. Система анализа маркетинговой информации.	2	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>	
	<b>№ 9</b> Составление плана маркетингового исследования спроса на товар	2	
	<b>№ 10</b> Разработка анкеты опроса мнения покупателей.	2	
<b>Тема 2.2</b> Товарная политика предприятия		<b>6</b>	
	Ассортиментная политика предприятия.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12,
	Инновации. Управление качеством.	2	
	<b>Практическое занятие № 11</b> Разработка товарной политики предприятия	2	



<b>Тема 2.2</b> Ценообразование в маркетинге		<b>6</b>	ЛР 1-15
	Цена как маркетинговый инструмент. Функции цены. Виды цен. Факторы и методы ценообразования.	2	
	Задачи и политика ценообразования. Стратегия и тактика ценообразования. Система скидок. Составление прайс-листов.	2	
	<b>Практическое занятие № 12</b> Разработка ценовой политики организации и оценка ее эффективности	2	
<b>Тема 2.3</b> Сбытовая политика предприятия		<b>6</b>	
	Виды сбыта. Задачи распределения товаров. Каналы распределения (товародвижения).	2	
	Посредники и сбытовая сеть. Оптовая и розничная торговля.	2	
	<b>Практическое занятие № 13</b> Анализ сбытовой политики организации	2	
<b>Тема 2.4</b> Комплекс маркетинговых коммуникаций		<b>30</b>	
	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Этапы разработки эффективной маркетинговой коммуникации.	2	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Реклама: понятие, назначение, цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности.	2	
	Классификация видов рекламы. Выбор видов и носителей рекламы. Структура рекламы.	2	
	Модель потребительского восприятия рекламы. Правила рекламы.	2	
	Организация рекламной кампании. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы.	2	
	Медиа-план. Методы оценки эффективности рекламы.	2	
	Виды маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта, прямой и сетевой маркетинг, связи с общественностью. Личная продажа. Пиар и пропаганда.	2	
	Мерчендайзинг и сэмплинг. Создание фирменного стиля и имиджа.	2	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>14</b>	
	<b>№ 14</b> Составление макета рекламного сообщения	2	
	<b>№ 15</b> Составление сценария рекламного ролика	2	
	<b>№ 16</b> Расчет показателей медиа-плана	2	
	<b>№ 17</b> Составление медиа-плана рекламной кампании	4	
	<b>№ 18</b> Анализ рекламной кампании организации.	2	
	<b>№ 19</b> Оценка эффективности рекламы.	2	

<b>Тема 2.5</b> Стратегическое маркетинговое планирование		<b>2</b>	
	Понятие стратегии и тактики маркетинга. Этапы стратегического и текущего планирования маркетинга.	2	
	<b>Самостоятельная работа по разделу 2</b> (выполнение домашних заданий):	20	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	- работа с конспектом лекций (обработка текста)		
	- подготовка к тестированию по темам раздела		
	- подготовка ответов на контрольные вопросы		
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Выполнение творческого проекта на тему «Разработка рекламной компании организации».	18	
	<b>Учебная практика</b>	<b>36</b>	
	<b>Виды работ:</b>		
	Составление финансовых документов (отчетов)	18	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации: товарооборота, товарных запасов, издержек обращения, валового дохода, прибыли, рентабельности	18	
	<b>Производственная практика</b>	<b>6</b>	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15
	оформление финансовых документов и отчетности;	<b>4</b>	
	проведение денежных расчетов;	<b>4</b>	
	выполнение расчета основных налогов;	<b>4</b>	
	выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;	<b>4</b>	
	выявление потребностей (спроса) на товары;	<b>4</b>	
	реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;	<b>4</b>	
	участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;	<b>4</b>	
	анализ маркетинговой среды организации	<b>6</b>	
	<b>Виды работ:</b> <b>Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов</b> 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,	<b>6</b>	ПК 2.1-2.9, ОК 1-4, 6,7, 10, 12, ЛР 1-15

	пересортицу товаров. Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров. Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров. Оформление товарных отчетов. Участие в инвентаризации и оформлении отчета.		
	<b>Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями</b> 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.	4	
	<b>Тема 3. Расчет основных налогов</b> Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией - базой практики. Расчет основных налогов (примеры расчета).	4	
	<b>Тема 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой (сбытовой) организации</b> 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.	4	
	<b>Тема 5. Выявление потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга</b> 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 потребителей для выявления предпочтений разных товаров.	4	
	<b>Тема 6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</b> Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары. Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.	4	
	<b>Тема 7. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года.</b> 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).	4	

ПК 2.1-2.9,  
ОК 1-4, 6,7, 10,  
12,  
ЛР 1-15

	Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.	
	<p><b>Тема 8. Анализ маркетинговой среды организации</b></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 и анализа суммы покупок). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и ее конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>	<b>6</b>
	<b>Всего</b>	<b>417</b>

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация профессионального модуля осуществляется в учебных кабинетах: Финансов, налогов и налогообложения, Маркетинга, Междисциплинарных курсов.

#### **Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов:**

- калькуляторы;
- комплект учебно-методической документации;
- бланки финансовой отчетности и налоговых деклараций.

#### **Технические средства обучения:**

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиапроектор;
- экран.

### **4.2 Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Федеральные законы и постановления Правительства:**

1. Налоговый кодекс РФ(часть 1 и2)
2. Закон о защите прав потребителей ФЗ №2300-1 от 07.02.1992 г.

#### **Основная:**

1. Барышев А.Ф. Маркетинг М.: Изд. центр «Академия», 2013.
2. Гомола А.И. Бухгалтерский учет. Издательский центр «Академия»,2013.
3. Захарьин В.Р. Налоги и налогообложение ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М 2012.
4. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М 2011.
5. Перекрестова Л.В. Финансы и кредит. Издательский центр «Академия»,2010.
6. Чикатуева Л.А., Третьякова Н.В. Маркетинг. Ростов-на-Дону: Феникс, 2010.
7. Чечевицына Л.Н Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.

#### **Дополнительные источники:**

1. Климович В.П Финансы, денежное обращение и кредит. М.: Форум-Инфра , 2005
2. Кравченко Л.И Анализ хозяйственной деятельности в торговле . М.:Новое знание, 2004
3. Савицкая Г.В Анализ хозяйственной деятельности в промышленности. Минск: Новое знание, 2002
4. Скворцов Налоги и налогообложение М.:Академия, 2012

#### **Интернет-ресурсы**

- Консультант Плюс [электронный ресурс]. Режим доступа - <http://www.consultant.ru> , свободный
- Российское образование [электронный ресурс]. Режим доступа - <http://www.edu.ru> , свободный
- «Экономика, социология, менеджмент» [электронный ресурс] Режим доступа - <http://ecsocman.hse.ru>, свободный.
- Маркетолог [электронный ресурс] Режим доступа - [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru), свободный.

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

Максимальная учебная нагрузка обучающегося при освоении ПМ 02 составляет 444 часа, в том числе: обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 314 часов,

которая разбита на три раздела; практические занятия – 80 часов. Самостоятельная работа обучающегося составляет 130 часов: на подготовку к теоретическим и практическим занятиям отводится 91 час, на выполнение внеаудиторной самостоятельной (отчетной) работы – 39 часов.

Освоение данного модуля осуществляется параллельно с ПМ 01, ПМ 03, а также с общепрофессиональными дисциплинами.

Освоение программы модуля заключается в изучении междисциплинарных курсов: «Финансы, налоги и налогообложение», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Маркетинг». Изучение МДК 02.01 и МДК 02.02 завершается комплексным экзаменом, МДК 02.03 – экзаменом.

Реализация программы модуля предполагает концентрированную учебную практику в объеме 18 часов. Занятия по учебной практике проводятся в кабинете Междисциплинарных курсов. Руководство практикой осуществляет преподаватель междисциплинарных курсов.

Производственная практика проводится концентрированно после освоения всех разделов модуля в объеме 36 часов. Производственная практика проводится на крупных промышленных предприятиях города, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» является освоение МДК 02.01, МДК 02.02, МДК 02.03 в рамках данного модуля и учебной практики.

Аттестация по итогам учебной и производственной практики проводится на комплексном дифференцированном зачете в форме защиты отчета по производственной практике с предоставлением пакета документов: отчета по практике, дневника, аттестационного листа и характеристики с места прохождения практики, заверенные печатью предприятия.

Результаты прохождения учебной и производственной практики по модулю учитываются при проведении государственной (итоговой) аттестации.

Изучение программы модуля завершается экзаменом (квалификационным).

При изучении модуля с обучающимися проводятся консультации как со всей группой, так и индивидуально.

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

**Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:** наличие высшего профессионального образования по специальностям «Финансы, анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Маркетинг» и «Налоги и налогообложение».

**Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой;**

Педагогический состав:

– дипломированный специалист – преподаватель междисциплинарных курсов: «Финансы, налоги и налогообложение», «Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров», «Розничная торговля продовольственными товарами», «Организация торговли», «Техническое оснащение торговых организаций, охрана труда» и спецдисциплин: «Экономика», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности», «Аудит», образование – высшее, соответствующее профилю профессиональных модулей по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**.

– дипломированный специалист – преподаватель междисциплинарных курсов: «Организация коммерческой деятельности», «Маркетинг», и спецдисциплин: «Менеджмент (по отраслям)», «Логистика», «Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия», «Бизнес-планирование», «Автоматизированная система расчетов "1С-

Предприятие"», образование – высшее, соответствующее профилю профессиональных модулей по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**.

– дипломированный специалист – преподаватель междисциплинарных курсов: «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» и спецдисциплин: «Экономика организации», «Статистика», образование – высшее, соответствующее профилю профессиональных модулей по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<p>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</p>	<p>обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; соблюдение последовательности действий при проведении учета товаров; соответствие оформления документации по учету товаров установленным требованиям (стандартам); соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации; соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям (стандартам)</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на практических занятиях (при решении ситуационных задач, подготовке докладов, рефератов и т.д.);</li> <li>- при выполнении работ на различных этапах производственной практики;</li> <li>- при проведении тестирования,</li> <li>- экзамена по МДК,</li> <li>- экзамена (квалификационного) по модулю</li> </ul>
<p>Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем</p>	<p>соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам); правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленными требованиями (стандартами); грамотность и скорость составления и оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами</p>	



<p>Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов</p>	<p>обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях;          правильность расчета микроэкономических показателей;          полнота анализа микроэкономических показателей;          полнота анализа рынков ресурсов</p>	
<p>Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.</p>	<p>правильность расчета основных экономических показателей коммерческой организации;          правильность расчета цены продукции;          правильность расчета заработной платы сотрудников и ФОТ предприятия</p>	
<p>Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</p>	<p>- выявление потребностей с помощью анкетирования;          - выявление типа маркетинга в соответствии с видом спроса;          - формирование спроса и стимулирование сбыта товаров на конкретном предприятии.</p>	<p>Текущий контроль в форме:          - тестирования по темам;          -защиты практических работ;          - защиты внеаудиторной самостоятельной работы (творческого проекта).</p>
<p>Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации</p>	<p>- анализ маркетинговых коммуникаций конкретного предприятия и оценивание их целесообразности.</p>	<p>Промежуточный контроль в форме:          - экзамена по МДК;          - комплексного дифференцированного зачета по учебной и производственной практике.</p>
<p>Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений</p>	<p>-разработка анкет и проведение опросов;          -анализ результатов исследований;          -разработка маркетинговых решений;          -участие в реализации разработанных маркетинговых решений.</p>	<p>Итоговый контроль: экзамен квалификационный по ПМ.</p>
<p>Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p>	<p>- анализ сбытовой политики организации;          -оценивание конкурентоспособности товаров и преимуществ организации.</p>	
<p>Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные</p>	<p>обоснованность выбора методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности;          соблюдение последовательности</p>	<p>Текущий контроль в форме:          - защиты практических работ;          - контрольных работ по темам МДК;</p>

расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчет	действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями; правильность составления финансовой документации и отчетности в соответствии требованиями (стандартами)	- защиты внеаудиторной самостоятельной работы.  Промежуточный контроль в форме: - экзамена по МДК; - комплексного дифференцированного зачета по учебной и производственной практике.  Итоговый контроль: экзамен квалификационный по ПМ.
Экзамен (квалификационный) по профессиональному модулю		

**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.	Обоснование выбора и применение методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов в коммерческой деятельности. Планирование профессиональной деятельности.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Нахождение путей принятия решения в стандартных и нестандартных профессиональных ситуациях. Демонстрация собственных возможностей и профессиональных качеств.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
		Качественная оценка знаний

личностного развития.	Использование различных источников, включая Интернет-ресурсы.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Эффективное взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.	Наблюдение, беседа с членами коллектива, устный опрос
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Демонстрация управленческих способностей и личностных качеств в процессе образовательной и профессиональной деятельности.	Наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	Демонстрация собственных возможностей и профессиональных качеств.	Наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 12 Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Выполнение требований действующего законодательства и обязательных требований в плане нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий.	Наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Устный опрос.