

«УТВЕРЖДАЮ»


Заместитель директора по УВР
ГБПОУ Уфимский торгово –
экономический колледж

 Т.А. Ушакова

Приказ № 218 о/д от 08.09.2015 г.


Актуализировано:

Зам. директора по УВР

 Т.А. Ушакова
пр. № 222 о/д от 31.08.16г

Актуализировано:

Зам. директора по УВР

 Т.А. Ушакова
пр. № 237 о/д от 30.08.17г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*вариативная часть

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) и примерной программы (базисный учебный план) по специальности 38.02.04. Коммерция (по отраслям).

Организация – разработчик: Государственное бюджетное образовательное учреждение среднего профессионального образования «Уфимский торгово-экономический колледж»

Разработчик: Лукманова М.Т., Петрукович И.Е., Резванова А.С., Ахметова Т.Х., преподаватели

Заключение Республиканского экспертного совета по профессиональному образованию при ГБОУ РУМНЦ МО РБ Секция среднего профессионального образования протокол № 05/11 от 24.08.2011г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	41
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	46
6. ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Лист изменений и дополнений, внесенных в рабочую программу профессионального модуля.	

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

В части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций (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.

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

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

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

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

2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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

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

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, профессиональной подготовке в дополнительном профессиональном образовании по программам 17353 «Продавец продовольственных товаров (широкий профиль)», 17353 «Продавец продовольственных товаров (по группам товаров)».

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

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

иметь практический опыт:

- оформления финансовых документов и отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- выявления потребностей (спроса) на товары;
- реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;

Обязательная часть

уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

знать:

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

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

Вариативная часть

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- *делать оценку структурных изменений в балансе;*
- *анализировать финансовую устойчивость;*
- *анализировать ликвидность баланса;*
- *делать оценку чистых активов;*
- *анализировать рентабельность капитала.*
- *разрабатывать маркетинговые стратегии,*
- *выявлять факторы формирования маркетинговой стратегии и оценивать ее эффективность,*
- *разрабатывать стратегический план,*
- *анализировать различные виды маркетинговой стратегии в зависимости от рыночного спроса, уровня конкуренции и доли рынка.*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- *методику анализа финансового состояния организации;*
- *состав финансовой отчетности организации.*

- методику анализа финансового состояния организации;
- состав финансовой отчетности организации;
- методологию разработки маркетинговых стратегий и факторы её формирования;
- этапы разработки маркетинговой стратегии;
- виды маркетинговой стратегий в зависимости от рыночного спроса, уровня конкуренции и доли рынка;

1.3.Рекомендованное количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 384 (291+ 93 *вариатив*) часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося -348 (255+ 93 *вариатив*) часа, включая:

обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – 232 (170 + 62 *вариатив*) часа;

самостоятельной работы обучающегося – 116 (85 + 31 *вариатив*) часов;

производственной практики – 36 часов.

2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно – распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследованиях рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно – коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК.8	Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения.
ОК 9	Пользоваться иностранным языком как средством делового общения
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК.11	Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.

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

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля (вариант для СПО)

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	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 1-2	Раздел 1. Финансы и налоги в экономической системе общества	126	84	42	-	42	-	-	-
ПК 3-4,9	Раздел 2. Планирование и основные показатели деятельности торговой организации	90 (45+ 45вариантив)	48 (18+30 вариантив)	20 (5+15 вариантв)	-	24 (9+15 вариантив)	-	-	-
	Производственная практика (по профилю специальности)	18							18
ПК 5-8	Раздел 3. Структура маркетинговой деятельности	168 (120+48 вариантив)	100 (68+32 вариантив)	50 (33+17 вариантв)	-	50 (34+16 вариантив)	-	-	-

	Производственная практика (по профилю специальности)	18							18
	Всего:	384 <i>(291 + 93вариатив)</i>	232 <i>(170 + 62 вариати в)</i>	112 <i>(80 + 32 вариатив)</i>		116 <i>(85 + 31 вариатив)</i>	-		36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 ПМ 2. Финансы и налоги в экономической системе общества		126	
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			
Тема 1.1. Финансы и налоги	Содержание учебной материала	42	
	<p>1. Финансы.</p> <p>Сущность и виды денег. Денежное обращение. Денежно-кредитная политика БР РФ. Сущность, функции и роль финансов в экономике. Финансовая система. Финансовая политика и управление финансами. Финансовый контроль. Финансовые ресурсы. Государственный бюджет. Государственный кредит. Сущность финансов организаций и основы их организации. Капитал организаций. Расходы, доходы, прибыль организаций. Финансовое планирование в организациях.</p>	42	2

	<p>2.Налоговая система Российской Федерации.</p> <p>Налоговое законодательство РФ, его основные положения. Понятие налога, сбора, сущность и функции налогов. Налоговая система РФ. Классификация налогов. Виды налогов. Налогоплательщики и плательщики сборов, их права и обязанности.</p>		2
	<p>3.Организация налоговой службы и налогового контроля.</p> <p>Налоговые органы в Российской Федерации, их права и обязанности. Налоговая декларация. Налоговый контроль. Формы проведения налогового контроля. Налоговые проверки. Понятие налогового правонарушения, их виды и налоговая санкция.</p>		2
	<p>4. Основные виды налогов и методика их расчетов.</p> <p>Основные виды налогов: налог на добавленную стоимость, налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц, упрощенная система налогообложения и единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности. Понятие, сущность этих видов налогов. Порядок исчисления, порядок и сроки уплаты налога.</p>		3
	Лабораторные работы не предусмотрены		
	Практические занятия	42	
	1-9 Семинары на темы: Структура органов управления		

	государственными финансами. Характеристика видов бюджетов, входящих в бюджетную систему РФ. Сущность бюджетного федерализма. Причины, цели и значение реформы пенсионной системы. Возникновение денег. Денежные системы и их виды.		
	10. Расчет показателей денежного оборота, индекса цен и покупательной способности денежной единицы.		
	11. Анализ структуры доходов и расходов государственного бюджета.		
	12. Доходы и расходы организации, результат деятельности организации составление расчетов.		
	13. Оценка рентабельности деятельности организации. Расчет показателей, характеризующих доходность использования ресурсов. Влияние налогов на формирование чистой прибыли. Определение критического объема производства для безубыточной работы и запаса финансовой прочности (эффект производственного рычага). Решение задач.		
	14-15. Методика расчета и решение задач по расчету налога на добавленную стоимость (НДС)		
	16-17. Методика расчета и решение задач по расчету налога на прибыль.		
	18-19. Методика расчета и решение задач на определение		

	суммы налогообложения доходов физических лиц (НДФЛ).		
	20-21. Методика расчета и решение задач по расчету налога при упрощенной системе налогообложения и налога на вмененный доход.		
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 2</p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> <p>Самостоятельное изучение законодательных и нормативно – правовых актов.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <p>Эволюция финансов и теоретических представлений о них.</p> <p>Финансовый рынок, его значение в мобилизации и перераспределении финансовых ресурсов.</p> <p>Формы и методы использования финансов для регулирования экономики.</p> <p>Финансовые стимулы развития производства и повышения его эффективности</p> <p>Финансовая политика Российской Федерации на современном этапе.</p> <p>Органы управления финансами, их задачи и функции в современных условиях (схема)</p> <p>Система финансовых планов и прогнозов, их характеристика (схема)</p>		42	

<p>Финансовые санкции, их виды и классификация.</p> <p>Влияние отраслевых и других особенностей на организацию финансов</p> <p>Принципы распределения и использования прибыли.</p> <p>Источники формирования финансовых ресурсов некоммерческих организаций; направления их использования.</p> <p>Финансы профессиональных союзов.</p> <p>Муниципальные финансы, их экономическое содержание и структура.</p> <p>Межбюджетные отношения: содержание, формы организации.</p> <p>Государственный и муниципальный долг: понятие, классификация (анализ в табличной форме)</p> <p>Составление схемы построения налоговой системы Российской Федерации.</p> <p>Составление таблицы налоговых правонарушений и ответственности за их совершение.</p> <p>Изучение Налогового кодекса Российской Федерации (глава 1-2).</p> <p>Изучение Налогового кодекса Российской Федерации (часть 2, глава 21).</p> <p>Изучение Налогового кодекса Российской Федерации (часть 2, глава 23).</p> <p>Изучение Налогового кодекса Российской Федерации (часть 2, глава 26.2, 26.3).</p>			
<p>Раздел 2. Планирование и основные показатели деятельности торговой</p>		<p>90 (45 + 45)</p>	

организации		<i>вариатив)</i>	
МДК 02.02 Анализ финансово хозяйственной деятельности			
Тема 2.1.Планирование и анализ деятельности организации	Содержание учебного материала	48(18 + 30 вариатив)	
	1.Планирование: назначение, составные элементы. Стратегическое и текущее планирование. Этапы планирования. Контроль достижения целей. Классификация планов по определенным классификационным признакам. Основные принципы и методология планирования. Бизнес-план: понятие, назначение, структура. Планирование коммерческой деятельности на основе данных бухгалтерского учета.		3
	2.Анализ экономических показателей финансово – хозяйственной деятельности торговой организации. Методологические основы анализа финансово – хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды. Информационное обеспечение, организация аналитической работы. Основные экономические показатели деятельности торговой организации: товароборот, товарные запасы, издержки обращения, ценообразование,		3

	доходы, прибыль и рентабельность.		
	<p>3. Анализ товарооборота и товарных запасов.</p> <p>Розничный товарооборот: понятие, состав, показатели. Оптовый товарооборот, его классификация по назначению и форме. Задачи и методы анализа и оценки оптового и розничного товарооборота. Товарные запасы: понятие, назначение, классификация. Показатели измерения товарных запасов. Особенности расчета товарных запасов в оптовой торговле. Определение оптимального размера товарных запасов по отдельным группам и в целом по предприятию. Расчет товарооборачиваемости в днях и в оборотах. Анализ состояния товарных запасов и товарооборачиваемости. Анализ товарного обеспечения. Особенности анализа товаров в оптовой торговле.</p>		3
	<p>4. Анализ издержек обращения.</p> <p>Издержки обращения: экономическая сущность, классификация по различным признакам. Состав и номенклатура издержек обращения. Экономическое обоснование издержек обращения по общему объему и отдельным статьям. Методика составления сметы затрат. Анализ издержек обращения по статьям и общему объему.</p>		3
	<p>5. Особенности ценообразования в торговле.</p> <p>Ценообразование: основные понятия: цена: оптовая, отпускная, розничная. Классификация цен на товары и услуги. Механизм ценообразования. Структура розничной</p>		3

	цены, ее основные элементы. Торговая наценка и ее влияние на цену. Расчет различных видов цен на товары.		
	<p>6. Анализ финансовых результатов организации.</p> <p>Валовой доход, его значение, сущность и источники образования. Факторы, влияющие на величину валового дохода. Прибыль торгового предприятия, виды, функции. Направления распределения. Рентабельность: виды, показатели. Методика расчета. Расчет валового дохода, прибыли и рентабельности. Анализ доходности организации. Задачи, цели и методика анализа валового дохода, формирования и использования прибыли, рентабельности деятельности.</p>		3
	<p>7. Основные фонды торговой организации.</p> <p>Основные фонды: сущность, назначение, краткая характеристика производственных и непроизводственных основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов и пути их повышения. Расчет показателей эффективности основных фондов.</p>		3
	<p>8. Оборотный капитал.</p> <p>Оборотный капитал: понятие, его состав, структура и классификация. Показатели оценки оборотных средств. Оценка эффективности использования оборотных средств. Расчет показателей оценки и эффективности использования оборотных средств.</p>		3

	<p>9.Капитальные вложения и их эффективность.</p> <p>Капитальные вложения: понятие, структура. Показатели эффективности капитальных вложений. Расчет показателей эффективности капитальных вложений.</p>		3
	<p>10.Формы и система оплаты труда работников торговли.</p> <p>Кадры торговой организации: понятие, структура. Показатели по труду. Производительность труда работников, показатели ее измерения. Особенности труда и трудовых ресурсов отрасли. Мотивация труда. ЕТСК. Бестарифная система оплаты труда. Формы и системы оплаты труда в торговых организациях. Анализ показателей плана по труду.</p>		3
	<p>11. Анализ финансового состояния и деловой активности торговой организации.</p> <p><i>Понятие финансового состояния организации и методические основы его анализа. Методы анализа и оценки финансового состояния и деловой активности организации.</i></p>		3
	Лабораторные работы не предусмотрены		
	Практические занятия	20(5+ 15 вариантов)	
	1.Анализ результатов коммерческой деятельности торговой организации за предыдущий период и расчет показателей коммерческой деятельности торговой организации на предстоящий период на основании данных бухгалтерского учета		

	2-3. Составление финансовых документов и отчетов: приходные и расходные кассовые ордера, авансовые отчеты, отчет кассира-операциониста, с использованием компьютерной программы 1-С Бухгалтерия.		
	4.Решение практических ситуаций по проведению документального учета принятых и отпущенных товаров, тары, других материальных ценностей в торговой организации, с использованием компьютерной программы 1-С Склад.		
	5.Подготовка и проведение инвентаризации, оформление инвентаризационной ведомости и оформление акта о результатах инвентаризации в торговой организации.		
	6. Методика составления сметы затрат. Анализ издержек обращения по статьям и по общему объему. Расчет валового дохода, прибыли и рентабельности. Анализ доходности организации.		
	7. Расчет показателей эффективности основных фондов.		
	8.Расчет показателей оценки и оценка эффективности использования оборотных средств.		
	9.Расчет показателей эффективности капитальных вложений.		
	10.Расчет показателей, характеризующих производительность труда. Анализ и формирование расходов на оплату труда.		

	<i>11. Определение состава и размещения хозяйственных средств и источников их формирования.</i>		
	<i>12. Расчет абсолютных показателей финансовой устойчивости и ликвидности баланса.</i>		
	<i>13. Расчет финансовых коэффициентов.</i>		
	<i>14. Анализ структурных изменений в балансе.</i>		
	<i>15-17. Анализ финансовой независимости, ликвидности организации, эффективности использования ресурсов, рентабельности капитала.</i>		
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела 2</p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> <p>Самостоятельное изучение законодательных и нормативно – правовых актов.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <p>1. Составление опорного конспекта по теме: «Классификация планов по определенным классификационным признакам, этапы планирования».</p> <p>2. Оформление организационно – распорядительных и товаросопроводительных документов. 3. Составление опорного конспекта по теме: «Методологические основы анализа финансово – хозяйственной деятельности».</p> <p>4. Изучение и анализ показателей измерения товарных запасов в розничной и оптовой</p>		<p>24(9 + 15 вариатив)</p>	

торговле.

5. Оформление таблицы «Состав и номенклатура издержек обращения» розничной торговой организации.

6. Построение схемы «Механизм ценообразования розничной торговой организации».

7. Анализ розничных цен на определенную группу товаров в розничной торговой сети.

8. Построение схемы «Распределения прибыли розничной торговой организации».

9. Составление таблицы основных и оборотных фондов розничной торговой организации.

10. Изучение и анализ форм и систем оплаты труда в торговой организации.

11. Общая оценка финансового положения и меры по его улучшению.

12. Методы прогнозирования возможного банкротства (несостоятельности) организации.

13. Основные направления совершенствования инвестиционной политики.

14. Основные направления привлечения заемных средств.

15. Основные методы формирования оборотных средств организации.

Раздел 3. Структура маркетинговой деятельности		168 (120+48 <i>вариатив</i>)	
МДК. 02.03. Маркетинг		100 (68 +32 <i>вариатив</i>)	
Тема 3.1. Методологические основы маркетинга	Содержание учебного материала	5	
	1.Понятие и сущность маркетинга Эволюция маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, спрос, рынок и его классификация и др. Рынок как объект маркетинга. Основные элементы, характеристики, классификация рынка. Понятие маркетинга как вида человеческой деятельности. Цели, задачи и принципы маркетинга. Разработка комплекса маркетинга: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара). Функции маркетинга: сбытовая, формирующая и планирования, управления и контроля.		3
	2.Концепция рыночной деятельности. Концепция маркетинга. Концепции рыночной деятельности. Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Концепция маркетинга. Концепция социально-этичного маркетинга. Классификация маркетинга.		3

	<p>Виды маркетинга по приоритетности задач. Виды маркетинга от размера охваченного рынка. Виды маркетинга от цели обмена и результатов деятельности. Типы маркетинга.</p>		
	<p>3. Маркетинговая среда.</p> <p>Понятие среды маркетинга. Внутренняя среда маркетинга: производственная среда, управленческая среда, экономические результаты. Внешняя среда маркетинга: микросреда и макросреда. Микросреда маркетинга – поставщики, посредники, конкуренты, клиенты, контактные аудитории. Макросреда – социально-демографические, экономические, природные, политические, научно-технические и культурные факторы.</p>		3
	<p>4. Сегментирование рынков.</p> <p>Понятие сегментации рынка и её значение. Целевой маркетинг и его этапы: сегментирование рынка, выбор целевых сегментов рынка, позиционирование товара на рынке. Уровни сегментирования целевого рынка: сегмент, ниша, регион, индивид. Критерии сегментации рынка. Методика проведения сегментирования рынка: проведение опроса, анализ информации, определение профиля сегмента. Признаки (принципы) сегментирования: географический, демографический, психографический, поведенческий. Выборы целевых сегментов рынка. Оценка сегментов рынка, выбор сегментов рынка. Сегментирование деловых</p>		3

	рынков. Позиционирование товара.		
	<p>5.Поведение потребителей.</p> <p>Основные группы субъектов маркетинга. Понятие потребительского рынка и рынка товаров производственного назначения (делового рынка). Классификация потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Модель поведения покупателей на потребительском рынке. Процесс принятия решения о покупке в потребительской сфере. Организации - потребители.</p>		3
	Лабораторные работы не предусмотрены		
	Практические занятия	50(33+ 17 вариатив)	
	1. Семинар на тему «Понятие маркетинга: принципы, функции, цели»		
	2. Маркетинговая среда предприятия розничной торговли.		
	3. Сегментирование рынка.		
	4. Поведение потребителей на потребительском рынке.		
Тема 3.2. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация	Содержание учебного материала		
	<p>1.Понятие и сущность маркетинговых исследований.</p> <p>Сущность, задачи и цели маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований рынка. Объекты маркетинговых исследований. Принципы</p>		3

	<p>организации маркетинговых исследований. Международный кодекс маркетинговых исследований. Маркетинг и Интернет. Опыт организации маркетинговых исследований</p>		
	<p>2.Маркетинговая информационная система.</p> <p>Маркетинговая информационная система. Концепция маркетинговой информационной системы. Система внутренней информации. Система внешней информации, её источники. Основные свойства информации. Классификация маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация.</p>		3
	<p>3. Процесс маркетинговых исследований.</p> <p>Характеристика этапов проведения маркетинговых исследований. Методы сбора данных. Общая характеристика методов сбора данных: количественные и качественные исследования. Качественные исследования. Наблюдение. Фокус – группы, их достоинства и недостатки. Глубинное интервью. Проекционные методы, их достоинства и недостатки, физиологические измерения.</p>		3
	<p>4. Количественные методы исследований.</p> <p>Количественные исследования: методы опроса. Опросы. Достоинства методов опроса. Панельный метод обследования. Эксперимент. Достоинства и недостатки экспериментов.</p>		3

	<p>5. Разработка анкет.</p> <p>Анкета. Процесс разработки анкет. Определение целей опроса. Выбор методов данных. Сравнительные и несравнительные шкалы. Разработка вопросов. Тестирование. Уточнение анкет.</p>		3
	<p>6. Разработка выборочного плана.</p> <p>Формирование выборки респондентов. Процесс формирования выборки Классификация методов построения выборки. Выбор между вероятностными и вероятностными методами построения выборки</p>		3
	<p>7. Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании</p> <p>Организация и проведение сбора и анализа данных. Подготовка заключительного отчета о проведенном маркетинговом исследовании. Характеристики правильно составленного отчета об исследовании. Графическое представление отчет Письменный отчет об исследовании. Устный отчет об исследовании. Сообщение результатов исследования в письмах и служебных записках.</p>		3
	<p>Лабораторные работы не предусмотрены</p>		

	Практические занятия		
	1.Изучение источников вторичной информации. Сбор и анализ вторичной информации; сбор информации о рынках товаров, цен с использованием компьютерных технологий.		
	2.Проведение качественных исследований: методом наблюдения.		
	3.Проведение качественных исследований методом фокус-группы.		
	<i>4.-5.Разработка сравнительных и несравнительных шкал</i>		
	6-7. Разработка анкеты.		
	8.Разработка анкет (форм) и опросных листов с использованием программы Excel.		
	9.-10. Сбор и анализ полученной информации. Обработка маркетинговых данных: поиск и замена данных, сортировка данных, фильтрация данных, консолидация данных с использованием компьютерных технологий.		
	11-12. Сбор и анализ полученной информации. Обработка данных маркетинговых исследований с использованием математических, логических, статистических функций Excel.		
	13. Разработка заключительного отчета.		

<p>Тема 3.3.</p> <p>Комплекс маркетинга</p>	<p>Содержание учебного материала</p>		
	<p>1.Товарная политика.</p> <p>Маркетинговое понимание товара. Уровни разработки товара. Классификация товаров. Рыночная атрибутика товаров: упаковка и этикетка, бренд. Осуществление товарной политики и формирование товарного ассортимента.</p>		3
	<p>2.Создание новых товаров</p> <p>Причины неуспеха товаров-новинок. Факторы, тормозящие разработку новых товаров. Процесс разработки новых товаров.</p>		3
	<p>3. Жизненный цикл товара</p> <p>Концепция жизненного цикла товара. Этапы жизненного цикла товар. Стратегии маркетинга на каждом этапе жизненного цикла товара.</p>		3
	<p>4. Конкурентноспособность товара и предприятия</p> <p>Понятие о конкуренции, её функции. Конкуренция и рынок. Виды конкуренции. Понятие конкурентноспособности товара. Параметры конкурентноспособности товара. Цена потребления. Методика расчета конкурентноспособности товар. Конкурентноспособность предприятия.</p>		3
<p>5. Ценовая политика</p>		3	

	Цена товара и факторы её образования. Ценовые стратегии. Методы расчета цен. Процесс разработки ценообразования. Подходы к адаптации цены.		
	6. Сбытовая политика Понятие о сбыте и сбытовой политике. Виды сбыта. Средства сбыта. Формы и типы каналов распределения. Каналы распределения и их функции. Торговые посредники. Оптовая и розничная торговля. Роль и место логистики в организации товародвижения.		3
	7. Коммуникационная политика Понятие маркетинговых коммуникаций. Продвижение как процесс маркетинговых коммуникаций. Средства продвижения. Цели маркетинговых коммуникаций. Реклама. Мерчандайзинг. Личные продажи. Паблик рилейшнз. Стимулирование сбыта.		3
	Лабораторные работы не предусмотрены		
	Практические занятия		
	1.-2. Маркетинговое исследование товара.		
	3. Исследование и анализ жизненного цикла товаров. Разработка маркетинговых стратегий.		
	4.-5. Исследование и анализ ценовой политики предприятия. Разработка маркетинговых решений по ценовой политике		

	предприятия.		
	6. -7.Оценка конкурентноспособности товаров.		
	8.-9.Исследование и анализ сбытовой политики предприятия. Разработка маркетинговых решений по сбытовой политике предприятия.		
	10.-11.Исследование и анализ коммуникационной политики предприятия. Разработка маркетинговых решений по коммуникационной политике предприятия.		
Тема3.4.Стратегический маркетинг	Содержание учебного материала		
	<i>1.Стратегическое маркетинговое планирование</i> <i>Понятие и основные направления стратегического планирования. Порядок разработки и структура плана маркетинга. Контроль в маркетинге. Виды контроля. Стратегии маркетинга.</i>		3
	<i>2. Служба маркетинга на предприятии.</i> <i>Понятие и цели службы маркетинга. Маркетинг как функция управления. Виды организационных структур управления маркетингом. Основные задачи и функции службы маркетинга.</i>		3
	Лабораторные работы не предусмотрены		
	Практические занятия		

	1. Оценка конкурентноспособности предприятия.		
	2.-3.Разработка стратегического маркетингового плана предприятия.		
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела 3 ПМ 2</p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> <p>Самостоятельное изучение законодательных и нормативно – правовых актов.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Функции и цели маркетинга. 2.Концепции маркетинга. Классификация маркетинга 3.Маркетинговая среда. 4.Позиционирование и дифференцирование товара. 5. Поведение потребителей на покупательском рынке. 6. Мотивационные теории 7. Организации - потребители. 8. Товарная политика. 9. Процесс разработки нового товара. 		<p>50</p> <p>(34+16вариатив)</p>	

<p>10. <i>Торговые посредники: типы и виды.</i></p> <p>11. Синдикативная информация. Преимущества и недостатки</p> <p>12. <i>Международный кодекс маркетинговых исследований.</i></p> <p>13. Методы сбора информации: наблюдение, опрос, панельный опрос, фокус-группа.</p> <p>14. <i>Эксперимент.</i></p> <p>15. Виды анкет.</p> <p>16. <i>Общий подход к формированию выборки.</i></p> <p>17. Подготовка данных к анализу. Подготовка отчета.</p>		
<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ознакомление с применяемыми экономическими методами в торговой организации; - расчет и анализ динамики объема товарооборота, структуры товарооборота торговой организации; - ознакомление с источниками формирования рынков ресурсов и направлений их использования торговой организацией; - ознакомление с организацией проведения инвентаризации товаров и оформлении инвентаризационной описи; - составление схем каналов сбыта, доставки товаров от поставщиков в торговую организацию; 	<p>36</p>	

<ul style="list-style-type: none"> -ознакомление с посредниками, участвующими в продвижении товаров; -ознакомление с осуществлением денежных расчетов с покупателями торговой организации; - ознакомление с составлением финансовых документов и отчетов торговой организации 		
<ul style="list-style-type: none"> -ознакомление с торговой организацией: организационно – правовая форма, структура организации, функциональные характеристики подразделений, их специализация; -ознакомление с показателями оценки основного и оборотного капитала торговой организации и эффективности их использования; - расчет и анализ величины товарных запасов торговой организации; -ознакомление с расчетом цен на товары и услуги торговой организации; - ознакомление с используемыми формами и системами заработной платы в торговой организации; - выявление потребностей и видов спроса в торговой организации; -выявление отсутствующего спроса на отдельные товары в торговой организации и - разработка задач стимулирующего типа маркетинга; -разработка опросных анкет, проведение опроса покупателей с целью выявления причин снижения спроса на отдельные товары; - обработка опросных анкет при помощи статистических методов; - разработки задач ремаркетинга для повышения спроса на товар в торговой организации; 		

<p>-выявление полного спроса и разработка задач поддерживающего типа маркетинга;</p> <p>-разработка мероприятий по стимулированию сбыта для обеспечения целей организации;</p> <p>-составление схем видов продвижения товара, перечня средств рекламы, используемых в торговой организации;</p> <p>-ознакомление с планом проведения рекламной кампании по определенной группе товаров, и ее проведением;</p> <p>-подведение итогов проведенной рекламной кампании в торговой организации;</p> <p>-определение эффективности использования маркетинговых коммуникаций в торговой организации;</p> <p>- ознакомление с используемыми методами проведения маркетинговых исследований в соответствии с предметом исследования;</p> <p>- разработка рекомендаций по реализации маркетинговых решений торговой организации на основе анализа полученных данных анкетного опроса исследования рынка;</p>		
<p>Всего</p>	<p>384 (291+62вариатив)</p>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1- ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3- продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально – техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов: экономики организации; маркетинга; документационного обеспечения управления; бухгалтерского учета; междисциплинарных курсов; мастерских: учебный магазин; учебный склад; лаборатории: информационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов:

- комплекты законодательной и нормативной документации;
- комплекты бланков технической документации;
- комплекты учебно – методической документации;
- наглядные пособия.

Оборудование мастерских и рабочих мест мастерских:

- рабочие места по количеству обучающихся студентов;
- торговая мебель;
- контрольно – кассовая техника;
- весоизмерительное оборудование;
- холодильное оборудование;
- торговый инвентарь;
- натуральные образцы товаров.

Оборудование лабораторий и рабочих мест лабораторий:

- рабочие места по количеству обучающихся студентов;
- стол для проведения оценки качества товаров;
- персональные компьютеры;

- приборы для проведения оценки качества товаров;
- комплекты законодательной и нормативной документации (Технические регламенты, стандарты, технические условия, СанПиНы);
- комплекты бланков технической документации;
- комплекты учебно – методической документации;
- контрольно – кассовая техника;
- весоизмерительное оборудование;
- торговый инвентарь;
- натуральные образцы товаров;
- муляжи товаров;
- наглядные пособия (планшеты, плакаты, каталоги, альбомы, рекламные проспекты и буклеты).

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрировано.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет – ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Белоусова С.Н., Белоусов А.Г. Маркетинг: учебное пособие – Изд. 7-е, перераб. и доп. – Ростов н./Д: Феникс, 2016.-397, (1)с.- СПО.
2. Галанов В.А. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник\ В.А. Галанов.- М.: Форум, 2015.-416 с.- (Профессиональное образование).
3. Климович В.П. Финансы, денежное обращение и кредит, Москва. Форум – Инфра – М, 2016.-352 с.
4. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник для вузов\ под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 714 с.

5. Рынок ценных бумаг: учебник для вузов/ под ред. В.А. Галанова, А.И. Басова. – М.: Финансы и статистика, 2016.-352 с.
6. Биржевое дело: учебник для вузов/ под ред. В.А. Галанова, А.И. Басова. – М.: Финансы и статистика, 2016.-352 с.
7. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Страхование.- СПб: Питер, 2016.-256 с.
8. Финансы организаций (предприятий): учебник для вузов\ под ред. Н.В.Колчиной. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.-447 с.
9. Губина О. В., Губин В.Е. Анализ финансовой хозяйственной деятельности. – М: И.Д. «Форум» - ИНФРА – М, 2016.-365 с.
10. Губина О. В., Губин В.Е. Анализ финансовой хозяйственной деятельности. Практикум. – М: И.Д. «Форум» - ИНФРА – М, 2016.- 192 с.
11. Мельник М.В., Е.Б. Герасимова Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: М: «Форум»- М, 2016.- 192 с.
12. Лукина А.В. Маркетинг: учебное пособие – 2-е изд. – испр. и доп. –М: Форум, 2015 – 240с. – (Профессиональное образование).

Дополнительные источники:

1. Бочаров П.П., Касимов Ю.Ф. Финансовая математика: учебник.- М.: Гардарики, 2015.- 324 с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. – М.: Омега-Л, 2015 – 766 с.
3. Грибов В. Д Грузинов В. П. Экономика предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2016.- 359 с.
4. Колчин Н.В., Финансы организаций (предприятий) – М.: Юнити, 2017.- 416 с.
5. Кнышева Е.Н. Маркетинг: учебное пособие. – М: ИД «Форум» - ИНФРА – М, 2016 -282с. (Профессиональное образование).
6. Нешиной А.С. Финансы. Денежное обращение. Кредит. – М.: Дашков и К, 2016. – 352с.
7. Романов А.А. Маркетинг: Учебное пособие – М.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. -440с.

8. Лихачева О.Н. Финансовое планирование на предприятии: учебное пособие.-М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2016.-264 с.
9. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. –М: ИНФРА-М, 2016.– 273 с.
- 10.Федько В.П. Маркетинг: Учебник/ 2-е изд., испр. И доп. – М.: ИНФРА-М: Академцентр, 2017г. – 368 с. – (среднее профессиональное образование).

2) Отечественные журналы:

1. «Витрина»;
2. «Коммерсант»;
3. «Коммерческий вестник»;
4. «Маркетинг в России и за рубежом»;
5. «Новости торговли»;
6. «Российская торговля»;
7. «Современная торговля».

Профессиональные информационные системы «1С- склад», «1С- торговля».

Интернет-сайты:

www.consultant.ru – «Консультант Плюс»

www.edu.ru- каталог образовательных ресурсов

www.aup.ru- электронные учебники по финансам и кредиту

www.ardi.ru – Экономика и жизнь: агентство консультации и деловой информации.

www.gks.ru - аналитический обзор Росстат

www.rbc.ru - росбизнесконсалтинг

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Организация и управление торгово – сбытовой деятельностью» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Выполнение работ по рабочей профессии продавец».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и специальности 100701 «Коммерция» (по отраслям).

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: «Организация коммерческой деятельности»; «Организация торговли»; «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда»; «Теоретические основы товароведения»; «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Экономика организации», «Маркетинг».

Мастера: наличие высшего профессионального образования с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1 –го раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК 2.1.</p> <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>1. Полнота и точность анализа результатов коммерческой деятельности торговой организации за предыдущий период на основании данных бухгалтерского учета.</p> <p>2. Оптимальность рассчитанных показателей коммерческой деятельности торговой организации на предстоящий период на основании данных бухгалтерского учета в соответствии с разработанной методикой.</p> <p>3. Правильность проведенного документального учета принятых и отпущенных товаров, тары, других материальных ценностей в торговой организации.</p> <p>4. Правильность проведения инвентаризации, оформления инвентаризационной ведомости и оформление акта о результатах инвентаризации в торговой организации.</p>	<p>Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе производственной практики</p>

<p>ПК 2.2.</p> <p>Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно – распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p>	<p>1. Соответствие фактически оформленных организационно – распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием информационных технологий установленным требованиям.</p> <p>2. Точность и скорость проведения автоматизированной обработки организационно – распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием компьютерной программы 1С-Склад.</p> <p>3. Сопоставлять фактически оформленные товаросопроводительные и организационно-распорядительные и иные необходимые документы с соответствующими стандартами.</p> <p>3. Правильность хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием компьютерной программы.</p>	<p>Текущий контроль: оценка продукта учебной деятельности (оформлять, проверять, составлять документы) по критериям (правильность, точность) в процессе производственной практики</p>
<p>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать</p>	<p>1. Точность и обоснованность применения выбранных экономических методов в соответствии с конкретной</p>	<p>Текущий контроль: оценка продукта учебной деятельности</p>

<p>микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</p>	<p>практической ситуацией.</p> <p>2. Точность расчетов и анализа динамики объема товарооборота, структуры товарооборота, валового дохода, издержек обращения, прибыли и рентабельности торговой организации за прошлый и отчетный периоды по принятой методологии.</p> <p>3. Правильность составленной схемы источников формирования рынков ресурсов и направлений их использования торговой организацией в соответствии с практической ситуацией.</p>	<p>(расчеты) по критериям (правильность, точность) в процессе производственной практики</p>
<p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.</p>	<p>1. Точность расчета показателей оценки основного и оборотного капитала торговой организации и эффективности их использования в соответствии с методикой расчета.</p> <p>2. Точность расчета величины товарных запасов торговой организации в соответствии с методикой расчета.</p> <p>3. точность расчета цен на товары и услуги в соответствии с методикой расчета.</p> <p>4. Соответствие используемых форм и системы заработной платы в торговой организации</p>	<p>Текущий контроль: оценка продукта учебной деятельности (расчеты) по критериям (правильность, точность) в процессе производственной практики</p>

	разработанной методологии.	
<p>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</p>	<p>1. Целесообразность выявления потребностей и видов спроса в конкретной ситуации для обеспечения целей организации.</p> <p>2.Целесообразность выявления отсутствующего спроса на отдельные товары в конкретной торговой организации и разработки задач стимулирующего типа маркетинга в соответствии с разработанной методикой.</p> <p>3. Целесообразность разработки опросных анкет, проведения опроса покупателей с целью выявления причин снижения спроса на отдельные товары и разработки задач ремаркетинга для повышения спроса на данный товар в конкретной торговой организации в соответствии с разработанной методикой.</p> <p>4.Целесообразность выявления полного спроса и разработки задач поддерживающего типа маркетинга для конкретной торговой организации в соответствии с разработанной методикой.</p> <p>5. Целесообразность разработки и мероприятий по стимулированию сбыта для</p>	<p>Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе производственной практики</p>

	обеспечения целей организации.	
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	<p>1. Полнота и правильность составленных схем видов продвижения товара, перечня средств рекламы, используемых в торговой организации в соответствии с конкретной ситуацией.</p> <p>2. Оптимальность составленного плана проведения рекламной кампании по определенной группе товаров, и ее проведения в соответствии с методикой проведения и конкретной ситуацией.</p> <p>3. Обоснованность и экономическая целесообразность подведения итогов проведенной рекламной кампании в торговой организации в соответствии с разработанной методикой.</p> <p>4. Правильность определения эффективности использования маркетинговых коммуникаций в конкретной торговой организации.</p>	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе производственной практики
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	1. Оптимальность формулирования предмета исследования рынка, проведения анкетного опроса по разработанным анкетам и обработка опросных анкет при	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в

	<p>помощи статистических методов.</p> <p>2.Правильность использования методов проведения маркетинговых исследований в соответствии с предметом исследования</p> <p>3.Обоснованность разработанных рекомендаций по реализации маркетинговых решений конкретной торговой организации на основе анализа полученных данных анкетного опроса исследования рынка и их реализации в соответствии с методикой.</p>	<p>процессе производственной практики</p>
<p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества маркетинговых решений.</p>	<p>1.Оптимальность составленных схем каналов сбыта, схем доставки товаров от поставщиков в торговую организацию и классификации посредников, участвующих в продвижении товаров в соответствии с инструкцией в пределах должностных обязанностей.</p> <p>2.Обоснованность оценки конкурентоспособности отдельных технически-сложных товаров бытового назначения и продовольственных товаров, реализуемых в конкретной торговой организации в соответствии с разработанной методикой в пределах</p>	<p>Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе производственной практики</p>

	<p>должностных обязанностей.</p> <p>3. Обоснованность оценки конкурентных преимуществ маркетинговых решений конкретной торговой организации в соответствии с методикой в пределах должностных обязанностей.</p>	
<p>ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.</p>	<p>1.Целесообразность применения методов и приемов анализа финансово – хозяйственной деятельности торговой организации при осуществлении коммерческой деятельности для разных видов анализа в соответствии с разработанной методикой.</p> <p>3. Правильность осуществления денежных расчетов с покупателями торговой организации.</p> <p>4.Правильность составления финансовых документов и отчетов торговой организации.</p>	<p>Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе производственной практики</p>
		<p>Итоговый контроль:</p> <p>Экзамен по МДК.02.01, МДК.02.03;</p> <p>дифференцированный зачет по МДК.02.02.; зачет по ПП; квалификационный экзамен по модулю.</p>

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

<p>Результаты (освоенные общие компетенции)</p>	<p>Основные показатели оценки результата</p>	<p>Формы и методы контроля и оценки</p>
<p>ОК 1.Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>Постоянство демонстрации интереса к будущей профессии через качественное обучение и активное участие в колледжных, городских, республиканских Всероссийских мероприятиях профессиональной направленности</p>	<p>Интерпретация результатов мониторинга за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Качество содержания портфолио обучающегося, наличие достижений</p>
<p>ОК2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p>Самоорганизация собственной деятельности в конкретной ситуации</p> <p>Оптимальность выбора и применения типовых методов и способов решения профессиональных задач в области управления ассортиментом товаров</p> <p>Адекватность самооценки эффективности и качества выполняемых работ в реальной ситуации</p>	<p>Качество содержания портфолио обучающегося, наличие достижений</p>
<p>ОК 3.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и</p>	<p>Оптимальность решения стандартных и нестандартных</p>	<p>Качество содержания портфолио обучающегося, наличие достижений</p>

нести за них ответственность	<p>профессиональных задач в стандартных и нестандартных ситуациях</p> <p>Осознанность ответственности за принятые решения</p>
ОК 4.Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<p>Грамотность и скорость поиска необходимой информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p> <p>Эффективность использования полученной информации</p>
ОК5.Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.	<p>Правильность владения технологиями информационно-коммуникационной культуры</p> <p>Целесообразность анализа и оценки полученной информации</p>
ОК 6.Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<p>Толерантность поведения и установление эффективных коммуникаций при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, руководством и потребителями</p>
ОК 7.Самостоятельно определять задачи профессионального и	<p>Целесообразность определенных задач профессионального и</p>

<p>личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<p>личностного развития</p> <p>Эффективность методов самообразования для профессионального и личностного развития</p> <p>Демонстрация профессионального роста</p>	
<p>ОК 8. Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения.</p>	<p>Самоорганизация профессиональной деятельности и жизни в социуме в соответствии на основе занятий спортом и укрепления здоровья</p>	
<p>ОК 9. Пользоваться иностранным языком как средством делового общения.</p>	<p>Грамотность ведения деловых диалогов на иностранном языке</p>	
<p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.</p>	<p>Грамотность осуществления устной и письменной речи в ходе профессиональной деятельности</p>	
<p>ОК 11. Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Осуществление профессиональной деятельности посредством избежания рисков, связанных с техногенными факторами.</p> <p>Составление плана мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.</p> <p>Осуществление мониторинга</p>	

	<p>по реализации мероприятий</p> <p>по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.</p>	
<p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.</p>	<p>Осуществление профессиональной деятельности в соответствии с соблюдением действующих законодательных норм, требований нормативных документов, стандартов и ТУ</p>	

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ
В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ**

№ изменения, дата внесения изменения; № страницы с изменением;	
БЫЛО	СТАЛО
Основание:	

