

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение инклюзивного высшего образования
**«Московский государственный
гуманитарно-экономический университет»
(ФГБОУ ИВО «МГГЭУ»)**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

образовательная программа 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	28
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	35

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения рабочей программы профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 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):

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. Цель и задачи профессионального модуля (ПМ) – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями в ходе освоения профессионального модуля 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности обучающийся должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 357 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 321 час, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 214 часов,

самостоятельной работы обучающегося – 107 часов;

учебной практики – 36 часов.

1.4. Воспитательная цель

В результате освоения учебной дисциплины в соответствии с рабочей программой воспитания образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) реализуется воспитательная цель - личностное развитие обучающихся и их социализация, проявляющиеся в развитии их позитивных отношений к общественным ценностям, приобретении опыта поведения и применения сформированных общих компетенций специалистов среднего звена на практике.

Личностное развитие обучающихся и их социализация, проявляющиеся в развитии их позитивных отношений к общественным ценностям, приобретении опыта поведения и применения сформированных общих компетенций представлено следующими личностными результатами:

МДК.02.01. МДК.02.02 МДК.02.03	
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Демонстрирующий готовность и способность вести с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	ЛР 13

Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	ЛР 14
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	ЛР 15
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации¹(при наличии)	
Осознающий значимость ведения ЗОЖ для достижения собственных и общественно-значимых целей	ЛР 16
Владеющий физической выносливостью в соответствии с требованиями профессиональных компетенций	ЛР 17
Умеющий быстро принимать решения, распределять собственные ресурсы и управлять своим временем	ЛР 18
Способный к самостоятельному решению вопросов жизнеустройства	ЛР 19
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями² (при наличии)	
Осознанный выбор будущей профессии как путь и способ реализации собственных жизненных планов	ЛР 20
Способный к трудовой профессиональной деятельности как к возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем	ЛР 21
Способный к самообслуживанию, включая обучение и выполнение обязанностей	ЛР 22
Осознающий потребность в труде, уважении к труду и людям труда, трудовым достижениям, добросовестное, ответственное и творческое отношение к разным видам трудовой деятельности	ЛР 23
Стрессоустойчивость, коммуникабельность	ЛР 24
Владеющий физической выносливостью в соответствии с требованиями профессиональных компетенций	ЛР 17
Умеющий быстро принимать решения, распределять собственные ресурсы и управлять своим временем	ЛР 18
Способный к самостоятельному решению вопросов жизнеустройства	ЛР 19
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями³ (при наличии)	
Осознанный выбор будущей профессии как путь и способ реализации собственных жизненных планов	ЛР 20
Способный к трудовой профессиональной деятельности как к возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем	ЛР 21

¹ Блок разрабатывается органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации, переносится из Программы воспитания субъекта Российской Федерации. Заполняется при разработке рабочей программы воспитания профессиональной образовательной организации.

² Блок заполняется при разработке рабочей программы воспитания профессиональной образовательной организации.

³ Блок заполняется при разработке рабочей программы воспитания профессиональной образовательной организации.

Способный к самообслуживанию, включая обучение и выполнение обязанностей	ЛР 22
Осознающий потребность в труде, уважении к труду и людям труда, трудовым достижениям, добросовестное, ответственное и творческое отношение к разным видам трудовой деятельности	ЛР 23
Стрессоустойчивость, коммуникабельность	ЛР 24
Умение реализовывать лидерские качества на производстве	ЛР 25
Осознающий значимость всех форм собственности, готовность к защите своей собственности	ЛР 26

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Таблица 1

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Таблица 2

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, в т.ч. практическая подготовка, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1 – 2.4	Раздел 1. МДК. 02.01 Финансы, налоги и налогообложение	141	86	46		43		12	
ПК 2.9	Раздел 2. МДК. 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	102	60	30		30		12	
ПК 2.5-2.8	Раздел 3. МДК. 02.03 Маркетинг	114	68	28		34		12	
	Производственная практика (по профилю специальности)								
Всего:		357	214	104		107	-	36	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Таблица 2а

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
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение		126/86	
Раздел ПМ 1. Деньги, денежное обращение, денежная система		15/10	
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			
Тема 1.1. Сущность, функции и виды денег. Инфляция денег	Содержание	9/6	
	1 Деньги: их необходимость и происхождение. Функции, виды и роль денег в современной рыночной экономике. Инфляция, ее сущность и формы проявления.	2	1,2
	Практические занятия	4	
	1 Определение размера обесценивания денег. Расчет темпа инфляции.	2	
	2 Определение покупательной способности денег.	2	
Тема 1.2. Денежное обращение и денежная система	Содержание	6/4	
	1 Понятие денежного обращения. Наличное и безналичное обращение, их единство и взаимосвязь. Безналичный денежный оборот в РФ. Закон денежного обращения. Денежная масса и скорость обращения денег	2	1,2
	Практические занятия	2	
	1 Расчет необходимого количества и скорости обращения денег.	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела ПМ 1. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Самостоятельная работа с книгой.		5	

Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Написание рефератов и подготовка презентаций по темам профессионального модуля. Изучение интернет сайтов по темам профессионального модуля. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: - Изучение информации, сопутствующей понятию денежного обращения, денежной системы, денежной массы, инфляции. - Изучение определения покупательной способности денег, расчета скорости обращения денег, темпа инфляции. - Изучение форм проведения наличных и безналичных денежных расчетов			
Раздел ПМ 2. Понятие о финансах и управление ими		24/16	
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			
Тема 2.1. Социально - экономическая сущность финансов	Содержание	3/2	
	1 Социально-экономическая сущность финансов. Функции финансов. Финансовая политика, ее задачи и содержание. Финансовая система	2	1,2
Тема 2.2. Финансы хозяйствующих субъектов	Содержание	12/8	
	1 Финансы предприятий, их назначение, порядок формирования. Основные принципы и факторы, влияющие на организацию финансов предприятий. Управление потоками денежных средств	2	1,2
	Практические занятия	6	
	1 Анализ денежных потоков предприятия	2	
	2 Анализ взаимосвязи выручки и издержек производства	2	
	3 Расчет прибыли и рентабельности. Определение чистой прибыли	2	
Тема 2.3. Финансовое планирование и финансовый контроль	Содержание	9/6	
	1 Содержание и задачи финансового планирования на предприятиях. Важнейшие финансовые показатели в системе бизнес-плана:	2	1,2
	2 Содержание и значение финансового контроля на предприятии. Формы, виды и методы финансового контроля	2	1,2
	Практически занятия	2	
	1 Составление бизнес-плана предприятия, расчет показателей	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела ПМ 2. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, (по вопросам к параграфам,		8	

главам учебных пособий, составленных преподавателем). Самостоятельная работа с книгой. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Написание рефератов и подготовка презентаций по темам профессионального модуля. Изучение интернет сайтов по темам профессионального модуля. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: - Изучение информации, сопутствующей понятию финансы предприятий, финансовое планирование, финансовый контроль, финансовая политика и финансовая система. - Изучение анализа денежных потоков предприятия, рассмотрения взаимосвязи выручки и издержек производства, расчета прибыли и рентабельности. - Изучение этапов составления бизнес-плана предприятия, расчета его показателей			
Раздел ПМ 3. Государственные и муниципальные финансы.		18/12	
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			
Тема 3.1 Государственный бюджет и бюджетная система	Содержание	12/8	
	1 Социально-экономическая сущность и роль бюджета государства. Основные функции бюджета.	2	1,2
	2 Бюджетное устройство РФ. Состав и структура доходов и расходов федерального бюджета. Бюджетный дефицит.	2	1,2
	Практические занятия	4	
	1 Расчет суммы дефицита бюджета	2	
	2 Расчет сумм регулирующих доходов бюджета	2	
Тема 3.2 Государственные внебюджетные фонды	Содержание	6/4	
	1 Внебюджетные фонды РФ, их формирование, назначение.	2	1,2
	Практически занятия	2	
	1 Расчет отчислений взносов организаций во внебюджетные фонды РФ	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела ПМ 3. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Самостоятельная работа с книгой. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление		6	

<p>практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Написание рефератов и подготовка презентаций по темам профессионального модуля. Изучение интернет сайтов по темам профессионального модуля. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: - Изучение информации, сопутствующей понятию государственного бюджета и бюджетной системы. - Изучение информации, сопутствующей понятию внебюджетных фондов РФ. - Изучение бюджетного устройства РФ, состава и структуры доходов и расходов федерального бюджета - Изучение методики расчета суммы дефицита бюджета, определения суммы регулирующих доходов бюджета. - Изучение отчислений взносов организаций во внебюджетные фонды РФ.</p>			
Раздел ПМ 4.		12/8	
Кредит и кредитная система			
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			
Тема 4.1. Сущность кредита и его функции	Содержание	6/4	
	1 Кредит как форма движения ссудного капитала, его функции, формы, классификация. Основные принципы кредита.	2	1,2
	Практически занятия	2	
	1 Определение процентов по кредиту.	2	
Тема 4.2. Кредитная система и её организация	Содержание	6/4	
	1 Структура современной кредитной системы. Банковская система РФ. Понятие банка. Центральный банк России и его операции. Коммерческие банки России в современных условиях. Функции коммерческих банков.	2	1,2
	Практически занятия	2	
	1 Составление кредитного договора и договора залога.	2	
<p>Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела ПМ 4. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Самостоятельная работа с книгой. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Изучение нормативных документов: ФЗ РФ «О банках и банковской деятельности»; ФЗ РФ «О Центральном банке РФ (банке России)»; Положение «О безналичных расчётах в РФ». Написание рефератов и подготовка презентаций по темам профессионального модуля. Изучение интернет сайтов по темам профессионального модуля. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p>		4	

<ul style="list-style-type: none"> - Изучение информации, сопутствующей понятию кредита и кредитной системы. - Изучение информации, сопутствующей понятию банковской системы РФ. - Изучение форм и принципов кредитования, операций коммерческих банков. - Изучение кредитного договора и договора залога. - Изучение методики определения процентов по кредиту. 			
Раздел ПМ 5. Рынок ценных бумаг и фондовая биржа		12/8	
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			
Тема 5.1. Характеристика рынка ценных бумаг	Содержание	8	
	1 Рынок ценных бумаг: понятие, задачи, функции. Особенности функционирования первичного и вторичного рынка ценных бумаг	2	1,2
	2 Ценные бумаги: их виды и классификация. Составление сравнительной характеристики ценных бумаг по степени доходности и риска.	2	1,2
	Практические занятия	4	
	1 Расчет рыночной стоимости ценных бумаг.	2	
	2 Определение суммы дивидендов по акциям, процентного дохода по облигациям	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела ПМ 5. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Самостоятельная работа с книгой. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Изучение ФЗ РФ « О рынке ценных бумаг». Написание рефератов и подготовка презентаций по темам профессионального модуля. Изучение интернет сайтов по темам профессионального модуля. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: <ul style="list-style-type: none"> - Изучение информации, сопутствующей понятию рынка ценных бумаг, особенностей его функционирования. - Изучение информации, сопутствующей понятию ценных бумаг. - Изучение классификации и видов ценных бумаг. - Изучение определения рыночной стоимости ценных бумаг. - Изучение методики определения суммы дивидендов по акциям, процентного дохода по облигациям 		4	

Раздел ПМ 6. Экономическое содержание налогов		48/32	
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			
Тема 6.1. Экономическая природа налогов, их объективная необходимость	Содержание		6/4
	1	Экономическое содержание и функции налогов. Элементы налогообложения. Объект налогообложения и налоговая база. Роль налогов в формировании финансовых ресурсов государства.	2 1,2
	2	Участники налоговых отношений. Плательщики налогов, налоговые агенты, их права, обязанности и ответственность. Налоговые органы, их задачи, структура, функции..	2 1,2
Тема 6.2. Основы налогообложения	Содержание		9/6
	1	Налоговый период. Налоговые ставки. Способы уплаты налогов. Сущность и назначение налоговых льгот, их виды и классификация.	2 1,2
	2	Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение. Виды налоговых правонарушений. Организация налогового контроля	2 1,2
	Практически занятия		2
	1	Заполнение налоговой декларации	2
Тема 6.3. Налоговая система	Содержание		33/22
	1	Налоговая система Российской Федерации, ее понятие и составные элементы. Федеральные налоги: их характеристика, критерии, плательщики	2 1,2
	Практические занятия		8
	1	Порядок исчисления НДС. Определение налоговых вычетов, и расчет сумм налога, подлежащих уплате.	
	2	Порядок расчета НДФЛ. Размер и порядок применения стандартных налоговых вычетов	
	3	Порядок расчета налога на прибыль организаций. Определение итоговой суммы налога, подлежащей уплате	
	4	Исчисление суммы акциза, подлежащей уплате в бюджет	
	1	Региональные и местные налоги: их характеристика, плательщики, налоговые ставки, порядок исчисления и уплаты	2 1,2
	Практические занятия		6

	1	Порядок расчета налога на имущество организаций. Определение итоговой суммы налога, подлежащей уплате		
	2	Порядок расчета налога на имущество физических лиц. Определение итоговой суммы налога, подлежащей уплате		
	3	Порядок расчета земельного налога. Определение итоговой суммы налога, подлежащей уплате		
	1	Система налогообложения малого предпринимательства. Упрощенная система налогообложения	2	1,2
	Практические занятия		2	
	1	Расчет единого налога на вмененный доход	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела ПМ 6. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Самостоятельная работа с книгой. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Изучение Налогового Кодекса РФ. Написание рефератов и подготовка презентаций по темам профессионального модуля. Изучение интернет сайтов по темам профессионального модуля.			16	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: - Изучение информации, сопутствующей понятию налогов, налоговой системы РФ. - Изучение информации о способах уплаты налогов, налоговых льготах и условиях их применения. - Изучение порядка расчета основных видов федеральных, региональных и местных налогов. - Изучение системы налогообложения малого предпринимательства.				
Учебная практика по МДК 02.01. Виды работ: - Заполнение типовых бланков по безналичным расчетам. - Расчет финансовых показателей работы предприятия. Заполнение «Отчета о финансовых результатах». - Определение процентов по кредиту. Оформление документов, для получения банковского кредита. - Исчисление НДС. Определение налоговых вычетов, и расчет сумм налога, подлежащих уплате. - Определение налоговой базы для расчета НДФЛ. - Расчет налога на прибыль организаций. Оформление платежных поручений по уплате налога на прибыль в бюджет			12	

МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности		90/60	
Раздел ПМ 1. Предмет и задачи курса «Анализ финансово-хозяйственной деятельности»		15/ 10	
МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности			
Тема 1.1 Содержание финансового анализа, его методы и принципы	Содержание	3/2	
	1 Виды, предмет, задачи финансового анализа, его связь с другими науками. Методы финансового анализа. Информационное обеспечение анализа. Принципы анализа хозяйственной деятельности. Содержание и методика проведения анализа.	2	1
Тема 1.2 Способы обработки экономической информации	Содержание	12/8	
	1 Способы приведения показателей в сопоставимый вид. Способ сравнения. Использование относительных и средних величин. Балансовый способ, способ группировки, использование графического и табличного отражения данных.	2	1,2
	2 Системный подход в хозяйственной деятельности. Понятие и классификация факторов. Понятие и классификация резервов повышения эффективности производства	2	1,2
	Практические занятия	4	
	1 Исследование объектов методами сравнения и цепной подстановки, изучение закономерностей их развития.	2	
	2 Исследование объектов методами абсолютных и относительных разниц.	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела ПМ 1. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Самостоятельная работа с книгой. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Написание рефератов и подготовка презентаций по темам профессионального модуля.		5	

Изучение интернет сайтов по темам профессионального модуля. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: - Изучение информации, сопутствующей понятию финансового анализа, методам и принципам его организации способам обработки экономической информации. - Исследование объектов методами сравнения и цепной подстановки. - Исследование объектов методами абсолютных и относительных разниц.				
Раздел ПМ 2. Анализ финансового состояния предприятия		75/50		
МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности				
Тема 2.1 Анализ финансовых результатов и финансового состояния предприятия	Содержание	30/20		
	1	Понятие финансовых результатов, порядок их формирования. Экономическая сущность, содержание и состав доходов и расходов организации. Прибыль как финансовый результат деятельности предприятия. Показатели рентабельности. Резервы улучшения финансовых показателей.	2	1,2
	2	Финансовое состояние предприятия: цель, задачи, информационная база. Методика проведения оценки финансового состояния предприятия. Сущность ликвидности и платежеспособности предприятия.	2	1,2
	3	Финансовая устойчивость. Относительные и абсолютные показатели финансовой устойчивости. Мероприятия по повышению финансовой устойчивости предприятия.	2	1,2
	4	Анализ диагностики банкротства предприятия. Классификация банкротства, факторы, влияющие на него, причины. Методика оценки потенциального банкротства предприятия. Оценка диагностики банкротства предприятия.	2	1,2
	5	Анализ деловой активности организации. Эффективность управления капиталом. Динамика дебиторской и кредиторской задолженности.	2	1,2
	Практические занятия		10	
	1	Факторный анализ формирования прибыли от продаж. Анализ состава, структуры и динамики доходов и расходов.	2	
	2	Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия.	2	
	3	Анализ финансовой устойчивости предприятия.	2	
4	Оценка потенциального банкротства предприятия.	2		

	5	Оценка деловой активности организации. Анализ состояния дебиторской и кредиторской задолженности	2	
Тема 2.2 Анализ хозяйственной деятельности	Содержание		45/30	
	1	Анализ объема производства и реализации продукции. Задачи, основные направления и информационное обеспечение данного анализа. Анализ объема и структуры выпуска продукции. Анализ резервов роста объема производства.	2	1,2
	2	Анализ розничного товарооборота. Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа товарооборота. Анализ динамики и сезонных колебаний товарооборота.	2	1,2
	3	Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа оборотных средств. Источники формирования оборотного капитала. Анализ обеспеченности оборотными средствами. Анализ эффективности использования оборотных средств.	2	1,2
	4	Анализ использования основных фондов. Сущность и состав основных производственных фондов. Анализ структуры и движения основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов.	2	1,2
	5	Анализ трудовых ресурсов предприятия. Сущность, задачи анализа трудовых ресурсов. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами.	2	1,2
	6	Анализ производительности труда. Анализ показателей использования труда в торговле.	2	1,2
	7	Анализ себестоимости продукции и издержек обращения. Понятие себестоимости и издержек обращения. Анализ показателей себестоимости продукции и ее структуры. Анализ издержек обращения на предприятиях торговли.	2	1,2
	Практические занятия		16	
	1	Анализ объема и структуры выпуска продукции, анализ технического уровня и качества продукции	2	
	2	Факторный анализ розничного товарооборота	2	
	3	Анализ обеспеченности и эффективности использования оборотных средств предприятия	2	
	4	Анализ структуры и движения основных фондов.	2	
	5	Расчет показателей эффективности использования основных фондов.	2	
	6	Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами	2	
	7	Анализ производительности труда	2	
8	Анализ показателей себестоимости продукции и ее структуры	2		

<p>Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела ПМ 2. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Самостоятельная работа с книгой. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Изучение нормативно-правовой базы относительно нормативного регулирования, правил и требований составления бухгалтерской отчетности Написание рефератов и подготовка презентаций по темам профессионального модуля. Изучение интернет сайтов по темам профессионального модуля. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: - Изучение информации, сопутствующей понятию финансовых результатов, финансового состояния предприятия, его платежеспособности и ликвидности, дебиторской и кредиторской задолженности. - Изучение информации, сопутствующей понятию банкротства предприятия. - Изучение методики оценки деловой активности организации, анализа состояния его дебиторской и кредиторской задолженности. - Определение финансовой устойчивости и финансового состояния предприятия, его платежеспособности и ликвидности. - Проведение анализа использования трудовых ресурсов предприятия, производительности труда работников. - Проведение анализа показателей себестоимости продукции и ее структуры. - Определение объема и структуры выпуска продукции. - Рассмотрение динамики и сезонных колебаний товарооборота.</p>		25	
<p>Учебная практика по МДК 02.02. Виды работ: - Анализ состава, структуры и динамики доходов и расходов организации - Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости организации - Анализ розничного товарооборота и ассортимента продукции - Анализ эффективности использования основных производственных фондов. - Анализ эффективности использования оборотных средств предприятия - Анализ показателей себестоимости продукции и ее структуры. Анализ издержек обращения.</p>		12	
МДК. 02.03. Маркетинг		102/68	
Тема 1.	Содержание	3/2	
Предмет, цели и задачи дисциплины	1 Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов бухгалтеров, экономистов, менеджеров. Цели, задачи маркетинга.	2	1,2

	Самостоятельная работа обучающихся: знакомство с учебной литературой.		1	
Тема 2. Концепции рыночной экономики	Содержание		3/2	
	1	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.	2	1,2
	Самостоятельная работа обучающихся: самостоятельная работа с книгой, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы		1	
Тема 3. Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание		9/6	
	1	Субъекты: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации (бухгалтерией, финансово-экономическими службами и др.). Потребители: понятие, различие понятий в российских и международных нормативных документах. Классификация потребителей по разным признакам.	4	1,2
	Практические занятия		2	
	1	Изучение покупательского поведения потребителей	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: самостоятельная работа с книгой, решение профессиональных задач, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы		3	
Тема 4. Объекты маркетинговой деятельности	Содержание		9/6	
	1.	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий	4	1,2
	Практические занятия		2	
	1	Установление основных видов потребностей и товаров – как средств их удовлетворения», «Решение задач по определению спроса		
Самостоятельная работа обучающихся: самостоятельная работа с книгой, решение		3		

	профессиональных задач, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы		
Тема 5. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	Содержание	6/4	
	1. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов). Классификационные признаки. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребительно - ориентированный, интегрированный и концентрированный. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Отличительные особенности. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.	2	1,2
	Практические занятия	2	
	1 Изучение структуры маркетинговой деятельности.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: самостоятельная работа с книгой, решение профессиональных задач, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы	2	
Тема 6. Окружающая среда маркетинга	Содержание	6/4	
	1 Окружающая среда маркетинга: понятие; виды, факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая (технологическая), культурная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.	2	1,2
	Практические занятия	2	
	1 Изучение окружающей среды маркетинга	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: самостоятельная работа с книгой, решение профессиональных задач, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы	2	
Тема 7. Конкурентная среда	Содержание	6/4	
	1 Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность	2	1,2

		организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества.		
		Практические занятия	2	
	1	Решение ситуаций по определению конкурентоспособности организации	2	
		Самостоятельная работа обучающихся: самостоятельная работа с книгой, решение профессиональных задач, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы	2	
Тема 8. Сегментирование рынка		Содержание	9/6	
	1	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.	4	1,2
		Практические занятия	2	
	1	Определение критериев сегментирования рынка	2	
		Самостоятельная работа обучающихся: знакомство с учебной литературой, решение профессиональных задач, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы	3	
Тема 9.		Содержание	6/4	

Методы маркетинга	1	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Информационные методы: реклама, пропаганда, консультации. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, публичное рилейшнз; возможности, достоинства и недостатки. Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды, анализ поведения потребителей. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности.	2	1,2
	Практические занятия		2	
	1	Определение критериев сегментирования рынка	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: изучение ассортимента изделий из пластмасс в магазинах		2	
Тема 10. Маркетинговые исследования рынка	Содержание		9/6	
	1	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Важнейшие направления маркетинговых исследований: исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителя. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений.. Методы маркетинговых исследований: экспериментальные и аналитические, возможности их применения.. Маркетинговые исследования товарных рынков: определение емкости, конъюнктурные и прогностические исследования, исследования конкурентной среды, выявление потребностей и средств для их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта. Значение маркетинговых исследований для определения специфики отдельных сегментов товарного рынка, для оптимизации ассортимента товаров, повышения их качества, разработки сбалансированного перечня информационных и сервисных услуг.	2	1,2
	Практические занятия		4	
	1	Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. Анализ результатов опроса		
Самостоятельная работа обучающихся: работа с книгой, решение профессиональных задач, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы		3		
Тема 11. Средства маркетинга	Содержание		12/8	
	1	Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование. Понятие. Основные	2	1,2

		этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики, контроль за выполнением. Краткая характеристика основных этапов.		
	2	Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью. Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа. (Результаты стратегического планирования).	2	1,2
	Практические занятия		4	
	1	Определение жизненного цикла товара, изучении товарных марок и знаков	4	
	Самостоятельная работа обучающихся: изучение ассортимента товаров в магазинах города		4	
Тема 12. Ценовая политика	Содержание		9/6	
	1.	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен. Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий, основания для выбора стратегий ценообразования.	4	1,2
	Практические занятия		2	
	1	Решение задач по определению цен на товары	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: самостоятельная работа с книгой, решение профессиональных задач, проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы		3	
Тема 13 . Сбытовая политика	Содержание		6/4	
	1	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. Стимулирование сбыта.	2	1,2
	Практические занятия		2	
	1	Решение ситуаций по организации каналов товародвижения	2	

	Самостоятельная работа обучающихся: Анализ ассортимента строительных товаров на рынке	2	
Тема 14. Реклама	Содержание	6/4	
	1 Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Модель потребительского восприятия рекламы. Рекламная кампания фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Структура рекламы. Правила рекламы. Организация рекламной кампании. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.	2	1,2
	Практические занятия	2	
	1 Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: с книгой, анализ ассортимента мебельных товаров в магазинах	2	
Тема 15. Стратегия и планирование маркетинга	Содержание	3/2	
	1 Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование. Понятие. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики, контроль за выполнением. Краткая характеристика основных этапов. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью. Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа. (Результаты стратегического планирования).	2	1,2
	Самостоятельная работа обучающихся: самостоятельная работа с книгой, решение профессиональных задач	1	
Самостоятельная работа при изучении разделов МДК 02.03. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Самостоятельная работа с книгой. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка их к защите. Написание рефератов по темам профессионального модуля. Оформление первичных документов по изученным темам. Ознакомление с содержанием учетных регистров.		34	

<p>Работа с информационной системой «Гарант», «Консультант плюс».</p> <p>Изучение интернет сайтов по темам профессионального модуля.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Изучение информации, сопутствующей понятию маркетинг, рынок, конъюнктура рынка, субъекты и объекты маркетинговой деятельности, конкурентная среда и сегментирование рынка. - Изучение информации, сопутствующей понятию ценовая и сбытовая политика фирм, конкурентная среда, системы сбыта, торговые посредники, реклама. - Изучение организации рекламной кампании, оценка ее эффективности. - Изучение каналов товародвижения и ассортимента продукции. - Изучение методов ценообразования. Стратегия и планирование маркетинга. - Изучение ассортимента изделий из пластмасс в магазинах города. - Анализ ассортимента мебельных товаров в магазинах <p>Изучение антимонопольного законодательства РФ и методов государственной поддержки малого предпринимательства.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Определение жизненного цикла товара, изучении товарных марок и знаков. - Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. - Изучение покупательского поведения потребителей. 		
<p>Учебная практика по МДК 02.03.</p> <p>Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Изучение объектов маркетинга. - Изучение организации маркетинговой деятельности. - Изучение показателей ассортимента товаров. - Определение видов цен и подходов к ценообразованию. - Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. - Исследование товарных рынков 	12	
Всего:	357/214	

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 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов Финансов, налогов и налогообложения, Маркетинга, Междисциплинарных курсов

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- комплект законодательных и нормативных документов;
- комплект образцов оформленных документов;
- комплект учебно-методических материалов.

Технические средства обучения:

- интерактивная доска или экран;
- компьютер с выходом в Интернет;
- технические устройства для аудиовизуального отображения информации;
- мультимедийный проектор;
- мультимедиа-материал;
- калькуляторы;
- принтер.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. ФЗ «О защите прав потребителей»/ ФЗ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 31.07.2020).

2. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 года № 146-ФЗ (НК РФ) (с изменениями и дополнениями), СПС ГАРАНТ, 2020.

3. Правила торговли. Санкции (постановления Правительства РФ) с дополнениями и изменениями на 1 августа 2018 года»: АСТ; М.; 2018.

4. Анализ финансово- хозяйственной деятельности: учебник и практикум для СПО/ Г.В. Шадрина.-2-е изд., перераб и доп.- М.: Издательство Юрайт, 2019.-431с.

5. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Дмитриева, И. В. Захаров, О. Н. Калачева; под редакцией И. М. Дмитриевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 423 с.- URL: <https://urait.ru/bcode/433544>.

6. Лукина, А. В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 240 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-769-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009593>.

7. Малис Н.Н. Налоговый учет и отчетность: учебник и практикум для

СПО/ Н.И. Малис, Л.П. Грундел, А.С. Зинягина: под ред. Н.И.Малис.-3-е изд., перераб, и доп.-М.: Издательство Юрайт, 2019.- 407 с.- (Профессиональное образование).

8. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/442203>.

9. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для СПО \ под ред. Г.Б. Поляка, Е.Е.Смирновой.- 3-е изд., перераб. и доп.- м.: Издательство Юрайт, 2019. - 385 с. - (Профессиональное образование).

10. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник для СПО/ под ред. Л.А.Чалдаевой.-3-е изд., испр. и доп.- М.: Издательство Юрайт, 2019.-381с.- (Профессиональное образование).

Дополнительные источники:

1. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (с изменениями, вступившими в силу с 06.08.2019).

2. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 N 39-ФЗ (действующая редакция) [Принят Гос. Думой 20 марта 1996 года] // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. - № 17. Ст. 1918.

3. Федеральный закон от 18 марта 2019 года №38-ФЗ. О совершенствовании законодательства в сфере защиты прав потребителей.

4. Захарьин, В. Р. Налоги и налогообложение : учеб. пособие / В.Р. Захарьин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 336 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-106384-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/950868>.

5. Канке, А. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Канке А.А., Кошечкина И.П., - 2-е изд., испр. и доп. - Москва :ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 288 с. - (Профессиональное образование) (O)ISBN 978-5-8199-0614-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/556741>

6. Карасев А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433505>.

7. Карпова С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 181 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05522-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/438593>.

8. Коротков А. В. Маркетинговые исследования: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/>.

9. Климович, В. П. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / В.П. Климович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 336 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0701-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/923348>.

10. Синяева И. М. Маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12516-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447679>.

11. Фомин Г. П. Экономико-математические методы и модели в коммерческой деятельности: учебник для бакалавров / Г. П. Фомин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва Издательство Юрайт, 2019. — 462 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3021-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426137>.

Интернет-ресурсы:

1. www.gsen.ru - сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека;
2. www.gks.ru- сайт Госкомстата;
3. www.torgrus.com - сайт «Новости и технологии торгового бизнеса»;
4. www.sovtorg.panor.ru - сайт «Современная торговля»;
5. www.garant.ru - справочно - правовая система Гарант;
6. www.consultant.ru- справочно - правовая система Консультант Плюс;
7. www.fingazeta.ru - Финансовая газета
8. Электронная библиотека издательства «Юрайт» - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При проведении аудиторных занятий необходимо использовать презентационное оборудование, нормативно-правовую документацию, должен обеспечиваться доступ каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся должны быть обеспечены доступом к сети Интернет.

При работе над выполнением индивидуальных заданий и решении ситуационных задач обучающимся оказываются консультации.

Обязательным условием в ходе изучения профессионального модуля является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках данного профессионального модуля.

Изучению данного модуля должно предшествовать изучение дисциплин и профессиональных модулей: Экономика организации, ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью.

4.4. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Учебные занятия инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья организуются совместно с другими обучающимися в учебных группах, а также индивидуально, в соответствии с графиком индивидуальных занятий.

При этом необходимо учитывать несколько аспектов:

- особенности нозологии обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья;
- психоэмоциональное состояние обучающихся;
- психологический климат, который сложился в студенческой группе;
- настрой отдельных обучающихся и группы в целом на процесс обучения.

При организации учебных занятий в учебных группах используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений, создания комфортного психологического климата в группе.

В образовательной деятельности применяются материально-техническое оснащение, специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с различными особенностями здоровья, электронные образовательные ресурсы в адаптированных формах.

Специфика обучения инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья предполагает использование игрового, практико-ориентированного, занимательного материала, который необходим для получения знаний и формирования необходимых компетенций. Подготовка обучающимися заданий для учебных занятий должна сочетать устные и письменные формы в соответствии с их особенностями здоровья.

Для того чтобы предотвращать наступление у обучающихся с инвалидностью и обучающихся, имеющих ограниченные возможности здоровья, быстрого утомления можно использовать следующие методы работы:

- чередование умственной и практической деятельности;
- преподнесение материала с использованием средств наглядности;
- использование технических средств обучения, чередование предъявляемой на слух информации с наглядно-демонстрационным материалом.

При освоении дисциплин инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение должно отводиться проведению с ними индивидуальной работы со стороны преподавателей. В индивидуальную работу включается:

- индивидуальная учебная работа (консультации), то есть дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы;

- индивидуальная воспитательная работа.

Особенности обучения обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Для обучающегося, имеющего нарушения опорно-двигательного аппарата, необходимо посоветовать использовать вспомогательные средства для усвоения программы, например, диктофон и другие электронные носители информации.

При проведении аудиторных занятий с обучающимися, имеющими осложнения с моторикой рук, возможно использование следующих вариантов работы:

- обеспечение обучающихся электронными текстами лекций и заданий к учебным занятиям;

- использование технических средств фиксации текста (диктофоны) с последующим составлением тезисов лекции в ходе самостоятельной работы обучающегося, которые они впоследствии могут использовать при подготовке и ответах на учебных занятиях.

Одним из видов работы для обучающихся, испытывающих трудности в письме может быть подготовка к учебным занятиям таких заданий, которые не требуют от них написания длинных текстов ответов. Наиболее оптимальным вариантом такого задания, выполняемого в письменной форме, может служить тестовое задание. Использование тестирования обучающихся необходимо совмещать с обсуждением вариантов ответов.

Контроль знаний можно вести как в устном, так и в письменном виде.

Особенности обучения обучающихся с нарушением слуха.

При организации образовательного процесса со слабослышащей аудиторией рекомендуется использовать следующие педагогические принципы:

- наглядности преподаваемого материала;

- индивидуального подхода к каждому обучающемуся;

- использования информационных технологий;

- использования учебных пособий, адаптированных для восприятия обучающимися с нарушением слуха.

Обучающемуся с нарушением слуха следует предложить занять место на передних партах аудитории, а преподавателю больше времени находиться рядом с рабочим местом этого обучающегося. Учитывая, что такие обучающиеся лучше понимают по губам, желательно располагаться к ним лицом, говорить громко и четко.

Для повышения уровня восприятия учебной информации обучающимися рассматриваемой группы, рекомендуется применение звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных и других средств. Сложные для понимания темы следует снабжать как можно большим количеством наглядного материала. Особую роль в обучении лиц с нарушенным слухом, играют видеоматериалы.

По возможности, предъявляемая видеoinформация может сопровождаться текстовой бегущей строкой или сурдологическим переводом.

Контроль знаний обучающихся указанной нозологии может вестись преимущественно в письменном виде, но для развития устной речи, рекомендуется предложить обучающемуся рассказать ответ на задание в тезисах.

Особенности обучения обучающихся с нарушением зрения.

Специфика обучения слабовидящих обучающихся заключается в следующем:

- необходимо дозировать учебную нагрузку;
- применять специальные формы и методы обучения, технические средства, позволяющие воспринимать информацию, а также оптические и тифлопедагогические устройства, расширяющие познавательные возможности обучающихся;
- увеличивать искусственную освещенность помещений, в которых занимаются обучающиеся с пониженным зрением.

При зрительной работе у слабовидящих обучающихся быстро наступает утомление, что снижает их работоспособность, поэтому необходимо проводить небольшие перерывы или переключение рабочей активности.

При чтении лекций, слабовидящим обучающимся следует разрешить использовать звукозаписывающие устройства и компьютеры, как способ конспектирования, во время занятий. Необходимо комментировать свои жесты и надписи на доске и передавать словами то, что часто выражается мимикой и жестами.

При работе на компьютере следует использовать принцип максимального снижения зрительных нагрузок, дозирование и чередование зрительных нагрузок с другими видами деятельности. Кроме того необходимо использовать специальные программные средства для увеличения изображения на экране или для озвучивания информации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

1. информация по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, на электронном носителе, в печатной форме увеличенным шрифтом и т.п.);
2. доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа);
3. доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно и др.).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов, а также может

быть предоставлено дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

4.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических работников, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего образования, соответствующего профилю профессионального модуля 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности: высшее образование, прохождение обязательной стажировки в профильных учреждениях не реже 1-го раза в 3 года.

Требования к квалификации кадров, осуществляющих руководство учебной практикой: наличие высшего образования, соответствующего профилю Профессионального модуля 02 Организационное обеспечение деятельности учреждений социальной защиты населения и органов Пенсионного фонда Российской Федерации, опыт работы не менее 3 лет.

4.6. Активные и интерактивные формы проведения занятий, используемые в образовательном процессе

Вид занятия (Л, ПЗ)	Используемые активные и интерактивные формы проведения занятий	Количество часов
Л	Проблемная лекция, лекция – презентация	22
ПЗ	Деловые игры, разбор конкретных ситуаций, групповые дискуссии	21
Итого:		43

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
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	- уметь осуществлять учет, контроль и планирования коммерческой деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы; в процессе групповой работы при выполнении
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	- уметь пользоваться нормативными документами	практических работ, самостоятельной работы, домашней работы, решения задач, тестирования
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	- уметь вести экономические расчеты	Дифференцированный зачет по учебной практике
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	- уметь анализировать экономические показатели	МДК. 02.01 – экзамен МДК. 02.02 – дифференцированный зачет
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей маркетинга, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	- знать виды потребностей, виды спроса, типы маркетинга	МДК.02.03 - экзамен
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	- уметь применять основные методы, средства и приемы маркетинговых коммуникаций	
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	- уметь проводить маркетинговые исследования	

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	- знать правила, приемы и методы конкуренции	
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	- осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	

Формы, а также методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных, но и общих компетенций.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы; в процессе групповой работы при выполнении практических работ, самостоятельной работы, домашней работы, решения задач, тестирования Дифференцированный зачет по учебной практике МДК. 02.01 – экзамен МДК. 02.02 – дифференцированный зачет МДК.02.03 - экзамен
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации торговли - оценка эффективности и качества выполнения	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области составления документов	
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	

<p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля</p>	
<p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.</p>	<p>- ясно излагать устную и письменную речь.</p>	
<p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также стандартов, технических условий</p>	<p>- знание нормативных документов, стандартов, технических условий</p>	

**Перечень экзаменационных вопросов по профессиональному модулю 02
Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение**

1. Деньги: их необходимость и происхождение.
2. Функции, виды и роль денег в современной рыночной экономике.
3. Инфляция, ее сущность и формы проявления.
4. Понятие денежного обращения. Наличное и безналичное обращение, их единство и взаимосвязь. Безналичный денежный оборот в РФ.
5. Закон денежного обращения.
6. Денежная масса и скорость обращения денег
7. Социально-экономическая сущность финансов. Функции финансов.
8. Финансовая политика, ее задачи и содержание.
9. Финансовая система.
10. Финансы предприятий, их назначение, порядок формирования.
11. Основные принципы и факторы, влияющие на организацию финансов предприятий.
12. Управление потоками денежных средств
13. Содержание и задачи финансового планирования на предприятиях.
14. Важнейшие финансовые показатели в системе бизнес-плана.
15. Содержание и значение финансового контроля на предприятии.
16. Формы, виды и методы финансового контроля.
17. Социально-экономическая сущность и роль бюджета государства.
18. Основные функции бюджета.
19. Бюджетное устройство РФ.
20. Состав и структура доходов и расходов федерального бюджета.
21. Бюджетный дефицит.
22. Внебюджетные фонды РФ, их формирование, назначение.
23. Кредит как форма движения ссудного капитала, его функции, формы, классификация.
24. Основные принципы кредита.
25. Структура современной кредитной системы.
26. Банковская система РФ.
27. Понятие банка. Центральный банк России и его операции.
28. Коммерческие банки России в современных условиях. Функции коммерческих банков.
29. Рынок ценных бумаг: понятие, задачи, функции.
30. Особенности функционирования первичного и вторичного рынка ценных бумаг.
31. Ценные бумаги: их виды и классификация.
32. Сравнительная характеристика ценных бумаг по степени доходности и риска.
33. Экономическое содержание и функции налогов.
34. Элементы налогообложения.
35. Объект налогообложения и налоговая база.

36. Роль налогов в формировании финансовых ресурсов государства.
37. Участники налоговых отношений.
38. Плательщики налогов, налоговые агенты, их права, обязанности и ответственность.
39. Налоговые органы, их задачи, структура, функции.
40. Налоговый период. Налоговые ставки.
41. Способы уплаты налогов.
42. Сущность и назначение налоговых льгот, их виды и классификация.
43. Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение.
44. Виды налоговых правонарушений.
45. Организация налогового контроля.
46. Налоговая система Российской Федерации, ее понятие и составные элементы.
47. Федеральные налоги: их характеристика, критерии, плательщики.
48. Региональные и местные налоги: их характеристика, плательщики, налоговые ставки, порядок исчисления и уплаты.
49. Система налогообложения малого предпринимательства.
50. Упрощенная система налогообложения.

**Перечень вопросов к дифференцированному зачету
по профессиональному модулю 02 Организация и проведение
экономической и маркетинговой деятельности
МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности**

1. Виды, предмет, задачи финансового анализа, его связь с другими науками.
2. Методы финансового анализа. Информационное обеспечение анализа.
3. Принципы анализа хозяйственной деятельности.
4. Содержание и методика проведения анализа.
5. Способы приведения показателей в сопоставимый вид. Способ сравнения.
6. Использование относительных и средних величин.
7. Балансовый способ, способ группировки, использование графического и табличного отражения данных.
8. Системный подход в хозяйственной деятельности.
9. Понятие и классификация факторов.
10. Понятие и классификация резервов повышения эффективности производства.
11. Понятие финансовых результатов, порядок их формирования.
12. Экономическая сущность, содержание и состав доходов и расходов организации.
13. Прибыль как финансовый результат деятельности предприятия.
14. Показатели рентабельности.
15. Резервы улучшения финансовых показателей.
16. Финансовое состояние предприятия: цель, задачи, информационная база.
17. Методика проведения оценки финансового состояния предприятия.
18. Сущность ликвидности и платежеспособности предприятия.
19. Финансовая устойчивость. Относительные и абсолютные показатели финансовой устойчивости.
20. Мероприятия по повышению финансовой устойчивости предприятия.
21. Анализ диагностики банкротства предприятия. Классификация банкротства, факторы, влияющие на него, причины.
22. Методика оценки потенциального банкротства предприятия. Оценка диагностики банкротства предприятия.
23. Анализ деловой активности организации.
24. Эффективность управления капиталом.
25. Динамика дебиторской и кредиторской задолженности.
26. Анализ объема производства и реализации продукции. Задачи, основные направления и информационное обеспечение данного анализа.
27. Анализ объема и структуры выпуска продукции.
28. Анализ резервов роста объема производства.
29. Анализ розничного товарооборота. Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа товарооборота.
30. Анализ динамики и сезонных колебаний товарооборота.
31. Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа оборотных средств.

32. Источники формирования оборотного капитала. Анализ обеспеченности оборотными средствами.
33. Анализ эффективности использования оборотных средств.
34. Анализ использования основных фондов.
35. Сущность и состав основных производственных фондов.
36. Анализ структуры и движения основных фондов.
37. Показатели эффективности использования основных фондов.
38. Анализ трудовых ресурсов предприятия. Сущность, задачи анализа трудовых ресурсов.
39. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами.
40. Анализ производительности труда. Анализ показателей использования труда в торговле.
41. Анализ себестоимости продукции и издержек обращения. Понятие себестоимости и издержек обращения.
42. Анализ показателей себестоимости продукции и ее структуры.
43. Анализ издержек обращения на предприятиях торговли.

**Перечень экзаменационных вопросов по профессиональному модулю 02
Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
МДК. 02.03. Маркетинг**

1. Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка.
2. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов бухгалтеров, экономистов, менеджеров.
3. Цели, задачи маркетинга.
4. История возникновения и основные этапы развития маркетинга.
5. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях.
6. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность.
7. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.
8. Субъекты: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность.
9. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы).
10. Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации (бухгалтерией, финансово-экономическими службами и др.).
11. Потребители: понятие, различие понятий в российских и международных нормативных документах. Классификация потребителей по разным признакам.
12. Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия.
13. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей.
14. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса.
15. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.
16. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение.
17. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов). Классификационные признаки.

18. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребительно - ориентированный, интегрированный и концентрированный.
19. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Отличительные особенности. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.
20. Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду.
21. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации.
22. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая (технологическая), культурная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.
23. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки.
24. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.
25. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства.
26. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества.
27. Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.
28. Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции.
29. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.
30. Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов.
31. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Информационные методы: реклама, пропаганда, консультации.

Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, публичность; возможности, достоинства и недостатки.

32. Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды, анализ поведения потребителей.

33. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности.

34. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Важнейшие направления маркетинговых исследований: исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителя.

35. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений.

36. Методы маркетинговых исследований: экспериментальные и аналитические, возможности их применения.

37. Маркетинговые исследования товарных рынков: определение емкости, конъюнктурные и прогностические исследования, исследования конкурентной среды, выявление потребностей и средств для их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта. Значение маркетинговых исследований для определения специфики отдельных сегментов товарного рынка, для оптимизации ассортимента товаров, повышения их качества, разработки сбалансированного перечня информационных и сервисных услуг.

38. Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора.

39. Стратегическое планирование. Понятие. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики, контроль за выполнением. Краткая характеристика основных этапов.

40. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью.

41. Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа. (Результаты стратегического планирования).

42. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования.

43. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге.

44. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен.

45. Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары.

46. Виды цен, характерные для разных стратегий, основания для выбора стратегий ценообразования.

47. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики.

48. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта.
48. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников.
49. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. Стимулирование сбыта.
50. Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе.
51. Правовые основы рекламной деятельности. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации.
52. Модель потребительского восприятия рекламы.
53. Рекламная кампания фирмы. Выбор видов и носителей рекламы.
54. Структура рекламы. Правила рекламы.
55. Организация рекламной кампании.
56. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.
57. Определение понятий: стратегия и тактика.
58. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование.
59. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики, контроль за выполнением. Краткая характеристика основных этапов.
60. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью.
61. Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа. (Результаты стратегического планирования).