

государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Самарской области
«Алексеевское профессиональное училище»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ «Алексеевское
профессиональное училище»
_____ Л.М. Глотова
«06» мая 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Авангард, 2020 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Самарской области «Алексеевское профессиональное училище».

Разработчик: Разгоняева А.Ю., мастер производственного обучения

ОДОБРЕНО

Методической комиссией

Председатель

_____ / _____ /

«06» мая 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	30
5.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	33
6.ПРИЛОЖЕНИЕ	39

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И

МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля – является частью примерной основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) 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):

1. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
2. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
3. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
4. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
5. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
6. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
7. Применять методы и приёмы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности,

осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников для предприятий торговли при наличии среднего (полного) общего образования по направлению товароведение, торговое дело.

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего –510 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –510 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 364 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 146 час;

лабораторных и практических занятий 197 часов;

производственной практики –72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности:

Организации и проведение экономической и маркетинговой деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 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.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственно 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 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

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
МДК. 02.01	Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение	114	76	10		38			-	
МДК. 02.02	Раздел 2. Анализ финансово- хозяйственной деятельности	67	45	20	-	22			-	
МДК 02.03	Раздел 3. Маркетинг	257	171	95		86			-	
	Производственная практика (по профилю специальности)									
	Всего:	510	364	197		146	-		72	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1	МДК 01. Финансы, налоги и налогообложение	76	
Введение	Содержание 1. Введение. Современное состояние финансовой и налоговой системы РФ.	2 2	2
Тема 1. Деньги и денежное обращение		16	
Тема 1.1. Экономическая сущность денег, их виды и функции	Содержание 1. Понятие денег и их функции Классификация денег (их виды)	2 4	2
Тема 1.2. Система денежного обращения в РФ	Содержание 1. – Виды денежного обращения. – Государственная политика регулирования денежного обращения. Денежные реформы, методы их проведения.	2 2	2
Тема.1.3. Основные типы денежных систем	Содержание 1. – Основные типы денежных систем и их характеристика. Денежные системы и их элементы. Практические занятия №1.Решение задач по теме «Деньги, денежное обращение»	4 2 1	2
Тема.1.4.	Содержание 1. - Содержание денежной массы. Денежные агрегаты.	6 2	2

Денежная масса и ее агрегаты	Практические занятия № 2.« Расчет показателей денежной массы – денежных агрегатов» № 3.Семинар - практикум «Деньги и денежное обращение	2	
Тема 2. Финансы		16	
Тема 2.1. Экономическая сущность финансов	Содержание 1. – Понятие финансов и их функции. Финансовые отношения. Управление финансами.	2	2
Тема 2.2. Финансовая система Российской Федерации	Содержание 1. – Финансовая система РФ, ее состав и структура. Общегосударственные финансы: госбюджет (доходы и расходы; дефицит, профицит).	6	
	Практическое занятие: Практическое занятие № 1.Рассчитать: доходы и расходы госбюджета	4	2
Тема 2.3. Финансовая политика и финансовый контроль – в укреплении финансовой системы государства.	Содержание 1. – Сущность финансовой политики государства. – Понятие финансового контроля. Виды и органы контроля. – Финансовое планирование.	1	
		4	2
Тема 2.4. Финансы предприятия	Содержание 1. - Понятие финансов предприятий и их суть, функции. - Денежные фонды и финансовые ресурсы предприятия.	6	
	Практические занятия: № 1.Расчет прибыли предприятий разных форм собственности. № 2.Семинар-практикум по теме «Современное состояние госбюджета.	2	2
Тема 2.5 Формирование и распределение прибыли	Содержание 1. - Экономическое значение прибыли. Прибыль от реализации продукции и ее формирование. Рентабельность продукции. Прогнозирование и планирование прибыли предприятия.	4	
		4	2
Тема 3. Банковская и кредитная системы РФ		10	
Тема 3.1.	Содержание	2	

Банковская система РФ, ее элементы и взаимосвязи с другими системами государства	1. – Структура банковской системы РФ. – Коммерческие банки, их виды, функции.	2	2
Тема 3.2. Кредитование хозяйственной деятельности	Содержание	6	
	1. Понятие кредитов и их экономическая сущность, формы и виды кредитов. Банковские кредиты. Объекты и принципы банковского кредитования. Этапы кредитного процесса.	4	2
	Практическое занятие: № 1.Решение задач по теме «Кредитная и банковская система»	1	
Тема 3.3 Кредитная система РФ	Содержание	4	
	1. – Структура кредитной системы РФ. – Сущность кредита и его функции. Принципы кредита. – Источники формирования ссудного капитала. Государственное регулирование кредитной системы.	2	2
	Практическое занятие: № 1.«Расчет потребности кредита, его цены»	1	
Тема.4. Налоговая система Российской Федерации		46	
Тема 4.1. Основы законодательства о налогах и сборах РФ	Содержание	2	
	1. Состав и структура налоговой системы РФ. Нормативно-правовая база налоговой системы РФ.	2	2
Тема 4.2. Экономическая сущность налогов и сборов РФ	Содержание	2	
	1. Понятие налогов, их функции и классификация. Субъекты налоговых отношений РФ, их права и обязанности.	2	2
Тема 4.3.	Содержание	4	

Федеральные налоги: «Налог на добавленную стоимость»	1.	– Нормативно-правовая характеристика НДС – глава 21 НК РФ. – Счет-фактура и порядок ее оформления.	2	2
	Практическое занятие № 1. «Заполнение Книги покупок и продаж и на их основе декларации по НДС»		1	
Тема 4.4. Федеральные налоги: «Налог на прибыль организаций»	Содержание		4	
	1	- Налогоплательщики налога на прибыль. Объект налогообложения, его составные элементы. - Порядок определения доходов, их классификация.	2	2
	Практические занятия. № 1. Расчет налогооблагаемой базы и суммы налога на прибыль для заполнения декларации.		1	
Тема 4.5. Федеральные налоги: «Налог на доходы физических лиц (НДФЛ)»	Содержание		4	
	1	- Категории налогоплательщиков. Объект налогообложения. Ставки. - Стандартные, социальные, имущественные и профессиональные налоговые вычеты.	2	2
	Практическое занятие № 1-2 Заполнение декларации 3-НДФЛ в программе ИФНС «Налогоплательщик Ю.Л.» для получения социальных и имущественных вычетов.		2	
	Содержание		4	
Тема 4.6. Обязательные страховые взносы во внебюджетные фонды	1	- Категории налогоплательщиков. Объект налогообложения. Ставки. - Порядок исчисления налоговой базы.	2	2
	Практическое занятие № 1-2 Расчет обязательных страховых взносов в Пенсионный фонд. Федеральный фонд обязательного медицинского страхования.		2	
	Содержание		4	
Тема 4.7. Акцизы	Содержание		6	
	1	- Налогоплательщики акцизов и объект обложения. Принципы отбора и состав подакцизных товаров. Определение налоговой базы в зависимости от типа ставок. Ставки акцизов, основы их дифференциации.	4	2

		Практическое занятие № 1-2 Расчет суммы акциз	2	
Тема 4.8.	Содержание		4	
Региональные налоги: Налог на имущество организаций		- Налог на имущество организаций, его значение, функции. - Порядок определения налоговой базы.	2	2
	Практическое занятие № 1. Расчёт суммы налога на имущество организаций		2	
Тема 4.9	Содержание		4	
Транспортный налог	1	- Налогоплательщики налога и объекты налогообложения. Налоговая база, налоговый период.	2	2
	Практическое занятие № 1-2. Расчет суммы транспортного налога		2	
Тема 4.10	Содержание		4	
Упрощённая система налогообложения (УСН)	1	- Сфера применения системы, порядок перехода и последующего отказа. Налогоплательщики и объект налогообложения.	2	2
	Практическое занятие № 1-2 Определение налоговой базы УСН и расчет суммы налога		2	
Тема 4.11	Содержание		4	
Единый налог на вменённый доход (ЕНВД)	1	- Порядок введения налога, сфера его применения. - Порядок расчета величины единого налога на вменённый доход.	2	2
	Практическое занятие № 1-2 Определение налоговой базы ЕНВД и расчет суммы налога		2	
Тема 4.12	Содержание		2	
Государственная пошлина	1	- Понятие и виды государственной пошлины, принципы ее взимания. Плательщики госпошлины, объекты обложения.	2	2
Тема 4.13	Содержание		2	
Виды налогового контроля и порядок его проведения	1	- Понятие и значение налогового контроля - Формы и виды налогового контроля	2	2

Тема 4.14	Содержание		2	
Виды налоговых правонарушений и ответственность за их совершение	1	- Налоговое правонарушение. Ответственность за совершение налогового правонарушения.	2	2
Самостоятельная работа при изучении раздела 1 Финансы, налоги и налогообложение			38	
1. История возникновения денег. Инфляция, ее виды и типы. Антиинфляционная политика государства.				
2. Методы девальвации и ревальвации				
3. История развития финансовой системы РФ				
4. Финансовые ресурсы и их структура				
5. Государственный долг РФ				
6. Ипотечный кредит				
7. Потребительский кредит				
8. Функции Сберегательного банка РФ				
9. Способы и методы государства для покрытия дефицита бюджета.				
10. Финансы экономических субъектов – предприятий.				
11. Источники формирования финансовых ресурсов экономических субъектов – предприятий.				
12. Прибыль как один из основных источников финансовой деятельности предприятия.				
13. История формирования банковской системы РФ.				
14. Выполнить реферат и подготовить презентацию по теме: «Порядок исчисления и уплаты акцизов» (гл.22 НК РФ)				
15. Работа с информационными источниками: Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ, глава 30; Закон Челябинской области от 27.11.2003 № 189-ЗО «О налоге на имущество организаций»				
16. Налоги субъектов РФ: Транспортный налог.				
17. Налоги субъектов РФ: налог на имущество предприятий (организаций). Местные налоги: земельный налог.				
18. Творческое задание: «Решение практических ситуаций по ЕНВД				
19. Система ответственности за нарушения налогового законодательства в РФ				
20. Прямое налогообложение в РФ и пути его дальнейшего развития				
21. Косвенное налогообложение в РФ и пути его дальнейшего развития				

Производственная практика (по профилю специальности)	12	
Виды работ:		
1. Составить финансовый план предприятия: доходы и расходы.	2	
2. Рассчитать сумму собственных источников.	2	
3. Дать характеристику налогообложения предприятия: общий режим налогообложения («спецрежим: УСН, НВД»).	2	
4. Заполнить счет-фактуры, Книги покупок, Книги продаж.	2	
5. Составить налоговую отчетность по НДФЛ: карточку учета доходов физического лица и 2-НДФЛ.	2	
6. Рассчитать и проанализировать начисления и оплаты обязательных страховых взносов во внебюджетные фонды.	2	

МДК 02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности		45	
Тема 1. Введение	Содержание	1	
	1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа.	1	2
Тема 2. Организация аналитической работы.	Содержание	1	
	1. Метод экономического анализа.	1	2
Тема 3. Экономический анализ и бизнес-планирование.	Содержание	4	
	1. Основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации.	2	2
	Практические занятия: № 1 Анализ имущественного состояния предприятия. № 2 Оценка платежеспособности предприятия.	2	
Тема 4.	Содержание	1	

Информационное обеспечение анализа.	1.	Классификация источников информации.	1	2
Тема 5.	Содержание		1	
Анализ объема производства и реализации продукции	1.	Задачи, источники анализа производства и реализации продукции	1	2
	Практическое занятие: № 1. Анализ динамики объема выпуска и реализации продукции		1	
Тема 6.	Содержание		4	
Анализ затрат на производство	1.	Цели, задачи, источники анализа. Внешние и внутренние факторы, влияющие на себестоимость продукции.	2	2
	Практическое занятие: № 1-2. Расчет влияния факторов на себестоимость продукции. Анализ затрат на 1 рубль товарной продукции.		2	
Тема 7.	Содержание		3	
Анализ розничного товарооборота.	1.	Факторный анализ розничного товарооборота.	1	2
	2.	Анализ состояния товарных запасов и их оборачиваемости	1	
	Практические занятия: № 1. Сравнительный и факторный анализ розничного товарооборота. № 2. Анализ товарных запасов их оборачиваемости и поступления товаров.		2	
Тема 8.	Содержание		3	
Анализ оптового товарооборота	1.	Методика и последовательность проведения анализа оптового товарооборота.	1	2
	2.	Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости по оптовой базе.	1	2
	Практическое занятие № 1. Анализ показателей плана оптового товарооборота.		1	
Тема 9.	Содержание		2	
Анализ использования основных средств	1.	Цели, задачи, источники анализа. Анализ наличия и движения основных средств.	2	2
	Содержание		4	
Тема 10.	Содержание		4	
Анализ трудовых ресурсов предприятия	1.	Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами, профессионального и квалификационного уровня работников.	1	2

	2.	Анализ производительности труда	1	
	Практические занятия: № 1. Анализ производительности труда. № 2. Анализ фонда оплаты труда.		2	
Тема 11. Анализ издержек обращения	Содержание		4	
	1.	Изучение динамики издержек обращения в целом.	1	
	2.	Изучение динамики издержек обращения по статьям в соответствии с динамикой товарооборота.	1	2
	Практические занятия: № 1. Анализ динамики издержек обращения, расчет влияния факторов. № 2. Анализ динамики издержек обращения по отдельным статьям.		2	
Тема 12. Анализ рентабельности торгового предприятия	Содержание		2	
	1.	Сущность и понятие рентабельности предприятия. Показатели рентабельности.	2	2
Тема 13. Анализ доходов и финансовых результатов	Содержание		4	
	1.	Анализ валового дохода, расчет влияния факторов на валовой доход.	1	2
	2.	Анализ использования чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.	1	
	Практические занятия: № 1. Факторный анализ валового дохода; № 2. Анализ прибыли предприятия.		2	
Тема 14. Оценка финансового состояния деловой активности предприятия	Содержание		4	
	1.	Понятие финансового состояния и финансовой стабильности предприятия. Система показателей, характеризующих финансовое состояние.	2	2
	Практическое занятие: № 1-2. Оценка ликвидности баланса. Анализ финансовой устойчивости предприятия.		2	
Самостоятельная работа при изучении Раздела 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности			38	
Написать доклады по темам:				
1. Анализ финансовой независимости коммерческой организации.				
2. Анализ эффективности привлечения заемного капитала. Эффект финансового рычага.				

3. Анализ платежеспособности коммерческой организации.	
4. Анализ оборачиваемости оборотных активов коммерческих организаций.	
5. Анализ состояния, динамики и оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности.	
6. Прибыль от продаж продукции (работ, услуг), порядок расчета и направления анализа.	
7. Составить схему или таблицу по классификации видов экономического анализа.	
8. Изучение содержания бухгалтерского баланса предприятия и формы №2 "Отчета о прибылях и убытках» Решение практической ситуации по оценке платежеспособности и ликвидности баланса.	
9. Повторить из курса "Экономика предприятия" факторы, влияющие на розничный товарооборот и товарные запасы. Провести анализ розничного товарооборота на базе данных преподавателя и разработать мероприятия по улучшению работы предприятия.	
10. Анализ показателей плана оптового товарооборота.	
11. Изучение структуры кадров предприятия (по данным преподавателя) и эффективности их использования.	
12. Повторить из курса "Экономика предприятия" номенклатуру статей издержек обращения и факторы, влияющие на их величину. Разработать мероприятия по сокращению затрат в предприятии.	
13. Повторить из курса "Экономика предприятия" порядок расчета прибыли по видам и факторы, влияющие на доходы и прибыль. Разработать мероприятия по увеличению доходности и прибыли на базе представленных данных	
14. По бухгалтерской отчетности определить показатели оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности за прошлый и отчетный годы. Дать оценку динамики	
15. По бухгалтерскому балансу определить коэффициенты абсолютной и текущей ликвидности на начало и конец года. Дать оценку платежеспособности организации и ее динамики.	
16. По бухгалтерскому балансу определить три коэффициента финансовой независимости коммерческой организации на начало и конец года. Дать оценку динамики.	
17. По бухгалтерскому балансу рассчитать стоимость чистых активов на начало и конец года. Дать оценку достаточности их величины.	
18. По бухгалтерской отчетности провести факторный анализ динамики чистой прибыли.	
Практика производственная	12
Виды работ	
1. Провести анализ розничного товарооборота с учетом влияния факторов.	2

2. Провести анализ состояния товарных запасов, товарооборачиваемости и поступления товаров.	2	
3. Провести анализ показателей по труду.	2	
4. Провести анализ издержек обращения в целом и по статьям.	2	
5. Провести анализ валового дохода с учетом влияния факторов.	2	
6. Провести анализ прибыли и рентабельности	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, самостоятельная работа обучающихся.	Объем часов	Уровень освоения
	МДК.02.03 Маркетинг	171	
Тема 1. Введение. Предмет и задачи дисциплины.	Содержание учебного материала	8	
	1. Понятие: маркетинг. Структурно-логическая схема дисциплины. Сущность маркетинга, цели и задачи. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Социально-экономическое значение маркетинга. Функции и принципы маркетинга, их краткая характеристика.	6	1
	Практические занятия Практическое занятие № 1-2 Решение задач: Определить оптовую стоимость товара Практическое занятие № 3-4 Составить схему: функции и принципы маркетинга	4	
	Самостоятельная работа: Сообщение: Маркетинг. Доклад на тему: Сущность маркетинга	4	
Тема 2. История возникновения и основные этапы развития маркетинга.	Содержание учебного материала	12	
	1. История возникновения маркетинга. Основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях.	4	1
	Практическое занятие: Заполнить таблицу: основные этапы развития маркетинга. Маркетинг в современных условиях. Решить задачи: Определить прибыль производителя	8	
	Самостоятельная работа: Сообщение на тему: История возникновения маркетинга	6	
Тема 3. Концепции рыночной экономики.	Содержание учебного материала	6	
	1 Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности.	4	1
	Практическое занятие: Составить схему: основные концепции рыночных отношений. Решить задачи: определить производственную себестоимость продукции, определить потребности в материале на изготовление изделия.	6	
Самостоятельная работа:	4		

	Реферат на тему: Основные концепции рыночных отношений.		
Тема 4. Основные понятия в маркетинге	Содержание учебного материала	10	
	1. Понятие рынка в маркетинге. Основные рыночные показатели: доля рынка, ёмкость рынка, конъюнктура рынка. Основные понятия маркетинга: нужда, спрос, потребность, сделка, рынок.	2	
	Практическое занятие: № 1. Тема: «Оценка коммерческих возможностей»	2	
	Самостоятельная работа: 1. Сбор информации о состоянии конъюнктуры рынка. 2. Составление кроссвордов с использованием терминов маркетинга	6	
Тема 5. Структура маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала	4	
	1. Технология маркетинговой деятельности: анализ возможностей фирмы, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга, разработка вспомогательных систем маркетинга. Классический комплекс маркетинга.	2	
	2. Основные типы маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.	2	
	Практическое занятие:	-	
	Самостоятельная работа:		
Тема 6 Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала	8	
	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.	2	1
	Практическое занятие: № 2. Анализ окружающей среды торговой (сбытовой или маркетинговой) организации.	2	
	Самостоятельная работа: Сбор информации о состоянии окружающей среде маркетинга.	4	
Тема 7 Сегментирование рынка		10	
	Содержание учебного материала		

Тема 7.1. Сегментирова ние рынка	1.	Понятие сегментирования, значение, требования к сегменту. Признаки сегментирования: общие, объективные и специфические. Рыночная «ниша». Целевой маркетинг: варианты охвата рынка.	2	1
	2.	Позиционирование товара: понятие, назначение, варианты позиционирования.	2	
	Практическое занятие: № 3. Выделение сегмента с использованием различных принципов. Решение ситуационных задач		2	
	Самостоятельная работа: Сбор информации для определения позиции товаров на рынке.		4	
Тема 8 Маркетинго вые исследовани я рынка			23	
Тема 8.1. Маркетингов ые исследовани я рынка	Содержание учебного материала			
	1.	Значение маркетингового исследования, этапы проведения, методы сбора информации: опрос, наблюдение, эксперимент. Виды маркетинговых исследований.	2	
	2.	Маркетинговая информация: первичная и вторичная, их источники. Система показателей для исследования конъюнктуры рынка	2	
Практическое занятие: № 4. «Этапы проведения маркетингового исследования».		4		
№ 5. Тема: Составление опросных листов				
Самостоятельная работа: Оформление презентаций по проблемам маркетинговых исследований.		15		
Тема 9 Объекты маркетинго вой деятельности			10	
Содержание учебного материала				

Тема 9.1. Объекты маркетинговой деятельности	1.	Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос, рынок – понятие, их общность и различия. Классификация потребностей: физические, социальные, психические, интеллектуальные, духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей.	2	2
	2.	Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.	2	
	Практическое занятие: № 1-2. Установление основных видов потребностей и товаров для их удовлетворения. Практическое занятие: № 3-4 Прогнозирование спроса на основе эластичности.		4	
	Самостоятельная работа: подготовка сообщения «Методы формирования цен»		5	
Тема 10. Субъекты маркетинговой деятельности			14	
Тема 10.1. Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала			
	1.	Классификация субъектов маркетинговой деятельности. Службы и отделы маркетинга в организациях, фирмах.	2	2
	2.	Организационные структуры управления маркетинга: функциональная, товарно-функциональная. Потребители: понятие, классификация по разным признакам.	2	
	3.	Понятие потребитель рынка и его субъекты. Модели покупательского поведения.	2	
Практическое занятие: № 1-2 Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками. Практическое занятие: № 3 Разработка предложений по их совершенствованию.		4		

	Практическое занятие: № 4 Анализ поведения покупателей при совершении покупок (решение ситуационных задач).		
	Самостоятельная работа: Работа с нормативными документами, определяющими организационные структуры управления маркетингом на предприятии	6	
Тема 11. Конкурентная среда		6	
Тема 11.1. Конкурентная среда. Понятие и виды конкуренции. Конкурентоспособность товара.	Содержание учебного материала		
	1. Конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Конкуренция: виды и характерные признаки.	2	2
	2. Конкурентоспособность организаций и товаров. Критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения.	2	
	Практическое занятие: № 1-2 Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ (решение ситуационных задач).	2	
	Самостоятельная работа:		
Тема 12 Средства маркетинга		8	
	Содержание учебного материала		
	1. Классификация средств маркетинга. Средства удовлетворения потребностей: виды их краткая характеристика.	2	2
	2. Товар, товарные марки, упаковка, услуги	2	
	3. Маркетинговые понятия товара, классификация. Жизненный цикл товара.	2	
Тема 12.1. Средства маркетинга	Практическое занятие: № 1-2 Определение этапа рыночного цикла продукции и разработка маркетинговых мероприятий.	2	
	Самостоятельная работа: Конспект «Бренд: понятие, создание, оценка стоимости»	6	

Тема 13 Ценовая политика предприятия.		10	
Тема 13.1. Ценовая политика предприятия	Содержание учебного материала		
	1. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен.	2	
	2. Цена в комплексе маркетинга, ценовая политика предприятия. Этапы процесса ценообразования.	2	
	Практическое занятие: № 1-2 Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации.	2	
	Самостоятельная работа: Подготовка сообщения «Виды цен»	8	
Тема 14. Средства распространения товаров.		10	
Тема 14.1. Средства распространения товаров.	Содержание учебного материала		
	1. Основные понятия: сбыт товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики.	2	2
	2. Торговые посредники: виды, типы. Краткая характеристика посредников разных типов.	2	
	Практическое занятие: № 1-2 Установление уровней распространения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации (решение ситуационных задач).	2	

	Самостоятельная работа: Провести исследования характерных типов покупателей розничного торгового предприятия.	6	
Тема 15. Методы маркетинга		8	
Тема 15.1.	Содержание учебного материала	6	
Методы маркетинга	1. Понятие и классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка: назначение, их возможности.	2	2
	2. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС). Характеристика видов их назначение, возможности, достоинства и недостатки.	2	
	3. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности и возможности	2	
	Практическое занятие № 1-2 Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. Анализ результатов опроса. Практическое занятие № 3-4 Изучение методов формирования спроса и стимулирования сбыта (семинар).	4	
	Самостоятельная работа:		
Тема 16. Маркетинговые коммуникации		12	
	Содержание учебного материала		
Тема 16.1. Маркетинговые коммуникации.	1. Реклама как средство маркетинговых коммуникаций. Требования к рекламе.	2	2
	2. Потребительское восприятие рекламы. Рекламные кампании фирмы.	2	
		Практическое занятие №1-2 «Анализ рекламы». Практическое занятие № 3-4 «Составление рекламы. Разработка рекламных тем».	4
	Самостоятельная работа: Обзор состояния потребительских рынков товаров и услуг.	4	

Тема 17. Управление маркетингом		12	
Тема 17.1. Управление маркетингом	Содержание учебного материала		
	1.	Стратегическое планирование. Основные этапы процесса стратегического планирования.	2
	2.	Ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики. Краткая характеристика основных этапов, маркетинговая часть бизнес-плана.	2
	3.	Контроль маркетинговой деятельности	2
	Практическое занятие № 1-2 Разработка маркетинговой части бизнес-плана.		2
	Самостоятельная работа: конспект «Порядок разработки и структура плана маркетинга»		4
Тема 18. Мерчендайзинг	Содержание учебного материала		2
	1.	Понятие и инструменты мерчендайзинга. Основные правила мерчендайзинга.	2
	Практическое занятие		
	Самостоятельная работа: Выкладка товаров.		4
Тема 19. Международный маркетинг	Содержание учебного материала		2
	1.	Состояние и перспективы развития внешней торговли. Тенденции международного товарообмена.	2
	Практическое занятие:		
	Самостоятельная работа: Сообщение Международный маркетинг		4
	Виды работ:		12
	Производственная практика (по профилю специальности)		
	1. Характеристика видов и методов изучения покупательского спроса в магазине.		2
	2. Порядок и подготовка анкет для проведения опроса потребителей.		2
3. Характеристика товарных групп, занимающих наибольший и наименьший удельный товарообороте.		2	все и

4. Выявление состояния спроса на товары определенных торговых марок, на примере 1-2 групп однородных товаров.	2	
5. Характеристика и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения товаров.	2	
6. Использование полученной информации по изучению спроса в работе магазина, в том числе при формировании ассортимента.	2	
	12	
1. Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса в магазине.	2	
2. Подготовка анкет для проведения опроса потребителей.	2	
3. Определение товарных групп, занимающих наибольший и наименьший удельный товарообороте.	2	все и
4. Анализ состояния спроса на товары определенных торговых марок, поставляемые различными предприятиями-поставщиками (изготовителями) или оптовой торговлей на примере 1-2 групп однородных товаров.	2	
5. Изучение и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения товаров.	2	
6. Использование полученной информации по изучению спроса в работе магазина, в том числе при формировании ассортимента.	2	
		<i>Всего:</i> 36
		4
		Экзамен

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля образовательная организация оснащена учебными кабинетами маркетинга, анализа финансово- хозяйственной деятельности, налогов и налогообложения, бухгалтерского учета, компьютерный кабинет.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: рабочие места студентов и преподавателя, доска, комплект учебно-методической документации, наглядные пособия.

Технические средства обучения: персональный компьютер (ноутбук), мультимедийный проектор, аудиовизуальная и телекоммуникационная техника.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которая производится в торговых организациях города (в организациях социальных партнеров образовательного учреждения).

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Александров, И.М. Налоги и налогообложение: учебник – 10-е изд., перераб. и доп. – М: «Дашков и К», 2017. – 228 с.
2. Воскобойников, Я.М. Финансы: учебник – 2-е изд., перераб. и доп. – М: «Дашков и К», 2018. – 528 с.
3. Кузнецов И.Н. Управление продажами: учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2018.-374с.

4. Нешитова, А.С. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник – 3-е изд., перераб. и доп. – М: «Дашков и К», 2016. – 592 с.
5. Панова, А.К. Планирование и эффективная организация продаж: учебник- М.: Дашков и К, 2019.- 178с.
6. Парамонова Т.Н. Маркетинг: учебное пособ. / И.Н. Красюк. – М.: КноРус, 2016.-134с.
7. Синяева, И.М. Маркетинговые коммуникации: учебник/ С.В. Земляк В.В.Синяев - М.: Дашков и К, 2017.-268с.
8. Синяева, И.М. Маркетинг торговли: учебник/ С.В. Земляк В.В.Синяев - М.: Дашков и К, 2018.-189с.
9. Юрасова, Ю.В. Обучение торгового персонала: учебник - М.: Дашков и К, 2018.-367с.

Дополнительные источники:

1. О защите прав потребителей : Федеральный закон от 17 дек.1999г. № 212-ФЗ: принят Гос. Думой (в ред. Федеральных законов от 09.01.1996 N 2-ФЗ, от 17.12.1999 N 212-ФЗ, от 30.12.2001 N 196-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 02.11.2004 N 127-ФЗ, от 21.12.2004 N 171-ФЗ, от 27.07.2006 N 140-ФЗ, от 16.10.2006 N 160-ФЗ, от 25.11.2006 N 193-ФЗ, от 25.10.2007 N 234-ФЗ, от 23.07.2008 N 160-ФЗ)// Консультант
2. Гражданский кодекс Российской Федерации : с изм., внесенными Федеральным законом от 24.07.2008 N 161-ФЗ)// Консультант
3. О товарных знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров: Федеральный закон от 23.09.2002г. // Консультант
4. Об информации, информатизации и защите информации: Федеральный закон от 24.02.1995г. (с изменениями и дополнениями) // Консультант
5. О рекламе: Федеральный закон от 18.07.1995 . (с изменениями и дополнениями) // Консультант Плюс [электронный ресурс] : Высшая школа для студентов юридических, финансовых и экономических специальностей. Вып. 15.- Электрон. дан. прогр.- М.: Консультант
6. Басовский, Л.Е. Маркетинг: учебное пособие - М.: Инфа, 2009г.-327с.

7. Белявский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учебное пособие.- М.: Прогресс, 2009.- 386с.
8. Голубков, Е.П.Маркетинговые исследования: теория, практика и методология: учебник -М.: Финпресс, 2010.- 368с.
9. Канке, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие/ И.П. Кошечкина - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М,2009.-288с.
- 10.Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник - Мн.: Выш.шк., 2009.- 430с.
- 11.Котлер, Ф. Основы маркетинга: учебник –М.: Прогресс, 2010-437с.
- 12.Панкратов, Ю.К. Рекламная деятельность: учебник/ Ф.Г. Баженов, В.Г. Шахурин,- М.: Дашков и К,- 2009.272с.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Для реализации учебной дисциплины образовательная организация оснащена:

- Кабинет организации коммерческой деятельности, логистики, стандартизации, метрологии и подтверждения соответствия;
- Учебная лаборатория – Товароведения, технического оснащения торговых организаций и охраны труда
- Кабинет социально-экономических дисциплин

Рабочие места студентов и преподавателя, доска, комплекты учебно-методической документации, наглядные пособия, натуральные образцы, ГОСТы, презентации, учебно-методический комплекс.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер
- проектор
- экран

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация профессионального модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее

модулю ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального модуля.

Преподаватели проходят повышение квалификации, в том числе в форме стажировки в профессиональных организациях не реже 1 раза в 3 года.

**5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И
ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других ценностей) и участвовать в их инвентаризации.</p>	<p>Умение осуществлять применение данных, полученных при учете товаров, сырья, продукции и др. в коммерческой деятельности. Оформление документов бухгалтерской отчетности.</p>	<p>-тестирование - защиты практической работы № 1,2 (02.01, 02.02); - выполнения индивидуального занятия, наблюдение за студентом в период производственной практики.</p>
<p>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p>	<p>Знание правил составления и хранения документов, участвующих в коммерческой деятельности. Выполнение и оформление документов с использованием компьютерных программ.</p>	<p>- выполнения практического занятия №8,9 (02.01,02.02), наблюдение за студентом в период производственной практики. -тестирование</p>
<p>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, и рынки ресурсов.</p>	<p>Использование при решении практических ситуаций экономических методов. Выполнение расчетов по определению показателей. Нахождение резервов роста (снижения) показателей.</p>	<p>- выполнения практического занятия № 16,17 (02.01. 02.02)и, наблюдение за студентом в</p>

		период производственн ой практики.
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Свободно оперировать экономическими показателями при анализе работы организации. Оформление выводов по результатам анализа.	- выполнения практического занятия №11,12(02.01, 02.02);,1 (02.03) - тестирование
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Выявление видов спроса, потребностей, типов маркетинга, формирование спроса, стимулирование сбыта. Сравнение разных видов спроса и типов маркетинга. Сопоставление методов формирования спроса и стимулирования сбыта.	- выполнения практического занятия № 3,4(02.01, 02.02);, наблюдение за студентом в период производственной практики.

<p>ПК 2.6.Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</p>	<p>Знание видов маркетинговых коммуникаций и областей их применения. Планирование проведения маркетинговых коммуникационных акций.</p>	<p>- выполнения практического занятия №14,15(02.01, 02.02), 11,14-17 (02.03); наблюдение за студентом в период производственной практики.</p>
<p>ПК 2.7.Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p>	<p>Проведение различных видов маркетинговых исследований, обработка данных и принятие решений. Анализирование результатов маркетинговых исследований. Оформление маркетинговых исследований. Обоснование результатов маркетинговых исследований.</p>	<p>- выполнения практического занятия № 5,6(02.01, 02.02); 2-7, 11-13 (02.03), наблюдение за студентом в период производственной практики.</p>
<p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p>	<p>Умение анализировать конкурентоспособность товаров, организаций их преимущества для принятия управленческих решений. Планирование сбытовой политики организаций. Определение критериев конкурентоспособности товаров, конкурентных преимуществ организации.</p>	<p>- выполнения практического занятия №7(02.01, 02.02); 8-10, 18 (02.03), наблюдение за студентом в период производственной практики.</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>Ориентирование в методах и приемах анализа финансово-хозяйственной деятельности с целью осуществления коммерческой деятельности и получением прибыли организации, созданием положительного имиджа. Обоснование выводов на основе проведенного анализа.</p>	<p>- тестирование - устный экзамен</p>
--	---	--

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения позволяют проверять 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>Демонстрация интереса к будущей специальности.</p>	<p>Наблюдение и оценка достижений студента на практических занятиях № 1,2(02.01, 02.02);, на производственной практике.</p>
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность,</p>	<p>Выбор и применение методов решения</p>	<p>Наблюдение и оценка достижений студента на</p>

выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	профессиональных задач в области организации коммерческой деятельности; оценка эффективности и качества выполнения работ.	практических занятиях на производственной практике.
ОК 3.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Решение профессиональных задач в стандартных и нестандартных ситуациях в области экономической и маркетинговой деятельности.	Наблюдение и оценка достижений студента на практических занятиях №8,9(02.01, 02.02);, на производственной практике.
ОК 4.Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективный поиск необходимой информации, использование различных источников в том числе и электронные.	Наблюдение и оценка достижений студента на практических занятиях № 5,6,7(02.01, 02.02);, на производственной практике.
ОК 6.Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями практик в ходе обучения.	Наблюдение и оценка достижений студента на практических занятиях № 11,12(02.01, 02.02);, на производственной практике.
ОК7.Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	Наблюдение и оценка достижений студента на практических занятиях №3,4(02.01, 02.02);, на производственной практике.

<p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.</p>	<p>Демонстрировать знания устной и письменной речи.</p>	<p>Наблюдение и оценка достижений студента на практических занятиях № 14,15, на производственной практике.</p>
<p>ОК12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.</p>	<p>Соблюдение действующего законодательства и обязательных требований нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий.</p>	<p>Наблюдение и оценка достижений студента на практических занятиях № 16,17(02.01, 02.02);, на производственной практике.</p>

к рабочей программе учебной дисциплины

Лист дополнений и изменений, внесенных в программу

№ изменения, дата внесения; № страницы с изменением	
БЫЛО	СТАЛО
<i>Основание:</i>	
<i>Подпись лица, внесшего изменения</i>	