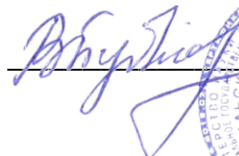


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

д.э.н., доцент Бубнов В. А.



22.06.2020 г.

Дата актуализации: 31.08.2020 г.

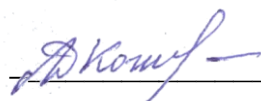
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Профессиональный модуль
**ПМ.02 Организация и проведение экономической
и маркетинговой деятельности**
специальность 38.02.04 Коммерция (в торговле)
Базовая подготовка

Иркутск
2020

Программа профессионального модуля Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям), базовая подготовка.

Согласовано:

Методист



А.Д.Кожевникова

Разработали преподаватели:

Лаврова М.А.

Свердлова С.А.

Старухина Н.Э.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 4 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 6 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 8 |
| 4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 46 |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) | 50 |

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

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.04 Коммерция** в части освоения основного вида деятельности (ВД): **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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области коммерческой деятельности в рамках специальности 38.02.04 Коммерция при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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

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

иметь практический опыт:

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

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;
- 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 результаты;
- управление маркетингом.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 468 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 396 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 280 часов;
 самостоятельной работы обучающегося – 116 часов;
 производственной практики – 72 часов.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля (заочное обучение):

всего – 468 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 396 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 56 часов;
 самостоятельной работы обучающегося – 340 часов;
 производственной практики – 72 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

| Код | Наименование результата обучения |
|------------|---|
| ПК 2.1. | Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации. |
| ПК 2.2. | Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем. |
| ПК 2.3. | Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов. |

| | |
|---------|---|
| ПК 2.4 | Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату. |
| ПК 2.5. | Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров. |
| ПК 2.6. | Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации. |
| ПК 2.7. | Участвовать в проведении маркетинговых 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 личного развития. |
| ОК 6. | Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. |
| ОК 7. | Самостоятельно определять задачи профессионального и личного 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 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

3.1. Тематический план профессионального модуля

| Код 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, 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.-2.2, 2.4 | МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение | 90 | 70 | 42 | | 20 | | | | |
| ПК 2.3, 2.9 | МДК 02. 02. Анализ финансово – хозяйственной деятельности | 108 | 84 | 42 | | 24 | | | | |
| ПК 2.5 – 2.8 | МДК 02. 03. Маркетинг | 90 | 70 | 28 | | 20 | | | | |
| ПК 2.5 – 2.8 | МДК 02.04 Маркетинг территорий | 108 | 56 | 28 | | 52 | | | | |
| | Производственная практика, (по профилю специальности), часов | 72 | | | | | | | | 72 |
| Всего: | | 468 | 280 | 84 | | 116 | | | 72 | |

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (если предусмотрены) | Объем часов | Коды компетенций |
|--|---|-------------|-------------------------------|
| | МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение | 90 | |
| <i>Введение</i> | Предмет и задачи курса, его связь с другими дисциплинами; построение курса и содержание отдельных тем. | 1 | ОК 1-3 |
| Раздел 1 Денежная система | Деньги, сущность и функции, денежный запас. Виды денег. Денежное обращение. Проблема ликвидности. Деноминация денег. Дисконтирование (стоимость денег сегодня и завтра) и важность его в финансовых расчетах. | 1 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| Тема 1.1. Деньги: происхождение, функции, проблемы | Практическое занятие 1 Деньги и денежное обращение | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Сущность и происхождение денег. Функции денег. Виды денег. Личный денежный оборот, сфера его применения и принципы управления. | 1 | |
| Тема 1.2. Сущность финансов и финансовая политика | Возникновение финансов. Их связь с развитием товарно-денежных отношений. Социально-экономическая сущность финансов. Функции финансов, их роль в современных условиях. Финансовая политика. Финансы и инфляция. Содержание и значение финансовой политики. Финансовая политика государства на современном этапе. | 2 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Характеристика финансовой системы. Понятие «Финансовая система». | 1 | |
| Тема 1.3. Государственные финансы: государственный бюджет, внебюджетные фонды, государственный кредит | 1. Понятие государственных финансов, их роль в организации финансовой системы. Основные звенья государственных финансов: государственный бюджет, внебюджетные фонды, государственный кредит. Сущность и значение государственного бюджета. Бюджетная система и ее сущность. Федеральный бюджет и его функции. Состав и структура доходов и расходов государственного федерального бюджета. Источники доходов государственного бюджета. | 4 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |

| | | | |
|---|---|---|-------------------------------|
| | <p>Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия.</p> <p>2. Социально-экономическая сущность внебюджетных фондов. Пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд обязательного медицинского страхования. Порядок образования и использования средств фондов.</p> <p>Сущность и функции государственного кредита. Управление государственным долгом.</p> | | |
| | <p>Практическое занятие 2</p> <p>Определение структуры государственного бюджета и бюджетного дефицита.</p> | 2 | |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание):</p> <p>Государственный бюджет, его сущность и роль в социально-экономических процессах. Бюджетный дефицит и управление им. Бюджетная система и бюджетное устройство. Бюджетный процесс в РФ.</p> <p>Пенсионный фонд РФ. Фонд социального страхования РФ. Фонд обязательного медицинского страхования РФ.</p> | 2 | |
| Тема 1.4. Финансы организаций различных форм собственности | <p>1. Финансы организаций, их место в финансовой системе. Основные принципы и факторы, влияющие на организацию финансов организаций различных форм собственности.</p> <p>2. Экономическое содержание и категории финансовых ресурсов организаций различных форм собственности и их источники: финансы коммерческих организаций, финансы учреждений и организаций, осуществляющих некоммерческую деятельность; финансы общественных объединений и пр.</p> <p>3. Основные и оборотные средства предприятий торговли и общественного питания, их состав и структура. Формирование и источники их финансирования. Прибыль и рентабельность предприятий.</p> | 6 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | <p>Практические занятия 3,4</p> <p>Расчет потребности в оборотных средствах предприятия.</p> <p>Расчет прибыли и ее распределение.</p> | 4 | |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание):</p> <p>Состав и организационно-правовые формы хозяйствующих субъектов. Содержание и организация финансов предприятий.</p> | 1 | |
| Тема 1.5 Страхование | <p>Социально-экономическое содержание страхования, его функции. Основные понятия в страховом деле. Социальное страхование, страхование ответственности, имущественное страхование, страхование предпринимательских рисков. Организация</p> | 2 | ОК 1-3 ПК 2.1, |

| | | | |
|---|---|----------|-------------------------------|
| | страхования. | | 2.2, 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Основные понятия в страховом деле. Социальное страхование, страхование ответственности, имущественное страхование, страхование предпринимательских рисков. Организация страхования. | 1 | |
| Раздел 2. Банки и банковская система | 1. Построение банковской системы Российской Федерации, классификация банков. Роль и задачи Центрального Банка по осуществлению денежно-кредитного регулирования экономики. | 4 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| Тема 2.1. Банковская система РФ | Развитие коммерческих банков. Организационная структура коммерческого банка. 2. Сущность кредита. Кредит как экономическая категория. Функции кредита. Принципы банковского кредитования. Кредитный договор, его понятие, порядок заключения. Срок и содержание кредитного договора. Формы кредита, их характеристика. Кредитные операции. Развитие новых функций банков: лизинг, факторинг. | | |
| | Практическое занятие 5 1. Определение процентов по вкладам. 2. Расчет потребности в кредите банка. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Коммерческие банки России в условиях перехода на рыночные отношения. Источники ссудных капиталов в России. Принципы и организация банковского кредитования. | 1 | |
| Тема 2.2. Рынок ценных бумаг | Ценные бумаги. Виды ценных бумаг: акции, облигации, векселя, сертификаты и др., их назначение, характеристика, правила выпуска и обращения. Виды предпринимательской деятельности на рынке ценных бумаг: брокерская, дилерская, депозитарная, расчетно-клиринговая. Эмитенты и инвесторы. Финансовые брокеры и фондовые биржи, инвестиционные фонды и приобретение ценных бумаг юридическими и физическими лицами. Расчет дивидендов по акциям и процентов по облигациям. | 2 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | Практическое занятие 6 Расчет рыночной стоимости ценных бумаг. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Виды предпринимательской деятельности на рынке ценных бумаг: брокерская, ди- | 1 | |

| | | | |
|--|--|----------|-------------------------------|
| | лерская, депозитарная, расчетно-клиринговая. | | |
| Раздел 3. Финансирование и кредитование капитальных вложений | Капитальные вложения и источники их финансирования на предприятии. Собственные и заемные средства. Понятие инвестиций и их виды. Роль инвестиционного капитала в формировании основных средств организаций отрасли. Использование амортизационных отчислений при финансировании капитальных вложений. | 2 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | Практическое занятие 7 Расчет амортизационных отчислений | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Субъект и объект капитальных вложений. Особенности кредитования капитальных вложений предприятий торговли и общественного питания. | 1 | |
| Раздел 4. Валютная система Российской Федерации и международные кредитные отношения. Тема 4.1. Мировая валютная система | Валюта и валютные отношения. Валютная система как совокупность экономических отношений, связанных с функционированием валюты. Национальная, мировая, международная валютные системы. Этапы развития мировой валютной системы. Котировка валют. Валютный курс, инструменты его регулирования. | 2 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Международные кредитные отношения. Внешняя задолженность Российской Федерации. | 1 | |
| Тема 4.2. Валютная система РФ | Валютная система Российской Федерации. Курс рубля, виды и назначение. Понятие валютных ценностей. Валютные операции, их классификация. Валютное регулирование и порядок его осуществления. Валютный контроль. Платежный баланс Российской Федерации. | 1 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| Тема 4.3. Международные кредитные отношения | Международные валютно-финансовые и кредитные отношения. Экспорт ссудного капитала – основа современной системы международного кредита. Классификация международного кредита: по срокам представления, по источникам предоставления средств. Кредитование внешней торговли. Платежный баланс, его составляющие. Проблемы внешней задолженности России. | 1 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| Раздел 5. Экономическая сущность налогов и налогообложе- | Налоги - ядро налоговой политики. Функции: экономическая, распределительная, регулирующая, контрольная, поощрительная. Основные элементы налога. | 2 | ОК 3, |

| | | | |
|--|---|----------|-----------------|
| <p>ния Тема 5.1. Экономическая сущность налогов. Налоговая система РФ</p> | <p>Понятие налоговой системы. Принципы построения налоговой системы РФ. Классификация налогов.</p> | | ПК 2.4 |
| <p>Тема 5.2. Государственное управление налогообложением</p> | <p>Самостоятельная работа Составление структурно-логической схемы ст.31,32 НК РФ. Основные органы, осуществляющие проверку: Федеральная служба налоговой полиции РФ, ГТК РФ, МНС РФ.</p> | 1 | ОК 3, ПК 2.4 |
| <p>Тема 5.3. Налоговый контроль за соблюдением законодательства и ответственность за налоговые правонарушения</p> | <p>Самостоятельное изучение Формы налогового контроля, его значение. Сроки и место проведения камеральной и выездной проверок. Оформление результатов выездной проверки. Производство по делу о налоговых правонарушениях. Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение. Виды налоговых правонарушений.</p> | 1 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | <p>Практическое занятие 8 Налоговая система РФ.</p> | 2 | |
| <p>Раздел 6. Федеральные налоги и сборы Тема 6.1. Косвенные налоги</p> | <p>НДС, его место и роль в налоговой системе Плательщики, объекты обложения, налоговые вычеты, порядок их применения, ставки и сроки уплаты. Порядок возмещения налога из бюджета. Система акцизов, их состав, структура; плательщики, объекты обложения; операции, не подлежащие налогообложению; налоговый период, льготы, ставки. Сумма акциза, подлежащая уплате. Сумма акциза, подлежащая возврату. Порядок исчисления и сроки уплаты.</p> | 2 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | <p>Практическое занятие 9 Определение косвенных налогов</p> | 2 | |
| | <p>Самостоятельная работа изучить НК РФ ст. 150-152,181</p> | 1 | |
| <p>Тема 6.2. Налог на прибыль организаций</p> | <p>Налог на прибыль организаций. Налогоплательщики, объекты налогообложения. Порядок определения доходов. Классификация доходов. Доходы, не учитываемые при определении налоговой базы. Группировка расходов. Расходы, не учитываемые в целях налогообложения. Налоговая база. Налоговые ставки, налоговый и отчетный период. Порядок исчисления налога, сроки уплаты.</p> | 2 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | <p>Практическое занятие 10 Определение налога на прибыль организаций</p> | 2 | |
| | <p>Самостоятельная работа Составление задачи на определение налога на прибыль организаций.</p> | 1 | |

| | | | |
|---|--|---|-----------------|
| Тема 6.3. Налог на доходы с физических лиц (НДФЛ) | Значение налога на доходы в регулировании доходов населения и формирования дохода территориальных бюджетов. Плательщики налога, объекты налогообложения, налоговые вычеты, ставки налога и их применение. Порядок начисления налога на доходы с физических лиц и сроки его уплаты. Декларирование годового дохода граждан, порядок и сроки представления деклараций в налоговые инспекции. | 2 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | Практическое занятие 11 Определение суммы НДФЛ | 2 | |
| | Самостоятельная работа конспектирование ст.217 ,222, 223 НК РФ | 1 | |
| Тема 6.4. Прочие федеральные налоги и сборы | Самостоятельное изучение. Написание реферата. Объекты налогообложения; плательщики, порядок исчисления, сроки уплаты: водного налога, налога на добычу полезных ископаемых, государственной пошлины, сборов за пользование объектами животного мира и другие. | 1 | ОК 3, ПК 2.4 |
| Раздел 7. Региональные и местные налоги | Значение налога на имущество организаций, его плательщики, объекты обложения; ставки, сроки. Методика расчета среднегодовой стоимости имущества предприятия за отчетный период, облагаемой налогом. Особенности расчета суммы налога на примере Иркутской области | 2 | ОК 3, ПК 2.4 |
| Тема 7.1. Налог на имущество организаций и транспортный налог (на примере Иркутской области) | Транспортный налог: объекты налогообложения, плательщики, база, ставки, порядок исчисления, сроки уплаты. | | |
| Тема 7.2. Налог на игорный бизнес | Самостоятельная работа Составление презентации: Налог на игорный бизнес: объект налогообложения; плательщики, порядок исчисления, сроки уплаты | 1 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | Практическое занятие 12 Расчет региональных налогов | 2 | |
| Тема 7.3. Местные налоги (на примере г. Иркутска) | Значение и место местных налогов (земельного и налога на имущество физических лиц) в налоговой системе; плательщики; объекты налогообложения, ставки, порядок исчисления, сроки уплаты. | 2 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | Практическое занятие 13 Расчет местных налогов | 2 | |
| Тема 7.4. Торговый сбор | Самостоятельная работа Изучение НК РФ гл. 33 Торговый сбор: плательщики, объект, период обложения, ставка, порядок исчисления и сроки уплаты. | 1 | ОК 3, ПК 2.4 |
| Раздел 8. Специальные режимы налогообложения | Порядок введения в действие системы налогообложения в виде УСН и ПСН. Налогоплательщики, объект, налоговая база, налоговый период, ставка, порядок исчисления и сроки уплаты. | 2 | ОК 3, |

| | | | |
|--|---|------------|----------------------|
| Тема 8.1. Упрощенная и Патентная системы налогообложения | | | ПК 2.4 |
| | Практическое занятие 14 Определение единого налога по УСН | 2 | |
| | Самостоятельная работа Изучение НК РФ ст. 346 ¹¹ , 346 ¹³ Изучение НК РФ гл.26.3 | 2 | |
| | МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | 108 | |
| Тема 1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа | Предмет и содержание экономического анализа хозяйственной деятельности как экономической науки. Роль и значение экономического анализа в контроле и прогнозировании финансовых результатов деятельности предприятия. Соотношение понятий «Финансовый анализ» и «Анализ хозяйственной деятельности». Виды экономического анализа. | 2 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Повышение роли экономического анализа в условиях рыночных отношений. Задачи экономического анализа в современных условиях. | 1 | |
| Тема 2. Метод и приемы экономического анализа | 1. Метод экономического анализа. Приемы экономического анализа: сравнение, балансовая увязка показателей, исчисление средних и относительных величин, составление аналитических таблиц. 2. Определение и измерение факторов, их взаимосвязь, влияние на анализируемые показатели. Приемы элиминирования. | 4 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Практические занятия 1 Приемы экономического анализа: балансовый, сравнение, абсолютных разниц, цепных подстановок, относительных разниц и др. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): 1. Решить задачу: «Применение факторного анализа способами экономического анализа». 2. Приемы экономического анализа: сравнение, балансовая увязка, статистические методы. | 1 | |
| Тема 3. Организация аналитической работы на предприятиях торговли | 1. Классификация видов экономического анализа с ориентацией на классификацию видов управления. Составные блоки анализа: анализ финансовых результатов, анализ финансового со- | 4 | ОК 4,6 |

| | | | |
|--|---|----------|------------------|
| | <p>стояния.</p> <p>2. Источники экономической информации (плановая, нормативная, бухгалтерская, статистическая и оперативная отчетность).</p> <p>Управленческий и финансовый анализ, их взаимосвязь.</p> | | ПК 2.9 |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание):</p> <p>Основные этапы аналитической работы, взаимосвязь финансового и управленческого анализа.</p> | 1 | |
| Тема 4. Анализ розничного товарооборота | <p>1. Значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота.</p> <p>2. Методика и последовательность проведения анализа розничного товарооборота: по общему объему, по составу, во временном разрезе, по ассортиментной структуре.</p> <p>3. Анализ факторов, влияющих на объем розничного товарооборота.</p> <p>4. Задачи, источники и методика проведения анализа товарных запасов, товарооборачиваемости и поступления товаров.</p> | 8 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | <p>Практические занятия 2,3</p> <p>1. Анализ розничного товарооборота по общему объему.</p> <p>2. Факторный анализ розничного товарооборота.</p> | 4 | |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание):</p> <p>Анализ розничного товарооборота по ассортиментной структуре.</p> | 2 | |
| Тема 5. Анализ оптового товарооборота | <p>Значение, задачи, информационное обеспечение анализа оптового товарооборота.</p> <p>Методика и последовательность проведения анализа оптового товарооборота.</p> <p>Задачи и методика проведения анализа поступления товаров на оптовое предприятие.</p> | 2 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | <p>Практические занятия 4</p> <p>1. Анализ оптового товарооборота. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости в оптовом торговом предприятии.</p> | 2 | |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание):</p> <p>Факторный анализ оптового товарооборота.</p> | 1 | |
| Тема 6. Анализ издержек обращения торгового предприятия | <p>1. Значение, задачи, информационное обеспечение анализа издержек обращения.</p> <p>2. Методика и последовательность проведения анализа издержек обращения: анализ по общему объему и по отдельным статьям.</p> <p>3. Анализ факторов, влияющих на уровень, издержек обращения, выявление резер-</p> | 6 | ОК 4,6 ПК 2.9 |

| | | | |
|--|---|----------|------------------|
| | вов экономии издержек. | | |
| | Практические занятия 5,6 1. Деловая игра: «Анализ издержек обращения по общему объему и отдельным статьям». 2. Анализ издержек обращения по статьям | 4 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Классификация издержек обращения по общему объему. | 1 | |
| Тема 7. Анализ валового дохода | Значение, задачи, информационное обеспечение анализа валового дохода. Методика проведения анализа валового дохода: анализ по общему объему по составу, анализ факторов, влияющих на сумму и уровень валового дохода, выявление резервов роста валового дохода. | 2 | ОК 4,6 ПК 2,9 |
| | Практические занятия 7 Анализ валового дохода. Влияние факторов. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): 1. Анализ валового дохода по общему объему. 2. Факторный анализ валового дохода. | 1 | |
| Тема 8. Анализ финансовых результатов | 1. Значение, задачи, информационное обеспечение анализа прибыли и рентабельности. 2. Методика и последовательность проведения анализа прибыли: анализ прибыли по видам факторный анализ прибыли. 3. Анализ «Издержки – Объем-Прибыль» (операционный анализ). | 6 | ОК 4,6 ПК 2,9 |
| | Практические занятия 8 1. Анализ прибыли торгового предприятия. Факторный анализ прибыли. Анализ рентабельности торгового предприятия. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): 1. Роль и значение прибыли для предприятия. 2. Решение сквозной задачи. | 2 | |
| Тема 9. Анализ показателей по труду | 1. Значение задачи и информационное обеспечение анализа. 2. Методика и последовательность проведения анализа показателей по труду. Анализ численности работников, анализ производительности труда. 3. Анализ расходов на оплату труда и фонда рабочего времени. | 6 | ОК 4,6 ПК 2,9 |
| | Практические занятия 9,10 1 Анализ показателей по труду. Анализ численности и фонда рабочего времени. | 4 | |

| | | | |
|---|--|-----------|------------------|
| | 2. Факторный анализ ФОТ, производительности труда | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Сквозная задача: «Анализ показателей по труду». | 2 | |
| Тема 10. Анализ финансового состояния и деловой активности торгового предприятия | 1. Финансовое состояние предприятие, значение, задачи его анализа. 2. Бухгалтерский баланс – основной документ анализа финансового состояния. Взаимосвязь разделов и статей баланса. Подготовка баланса к анализу. 3. Методика проведения анализа финансового состояния предприятия. 4. Анализ структурных изменений в балансе. 5. Эффективности использования основных и оборотных средств. 6 Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности. 7 Анализ ликвидности баланса. 8. Анализ рентабельности капитала и деловой активности. | 16 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Практические занятия 11,12,13,14. 1. Анализ актива и пассива баланса. 2. Эффективность использования основных и оборотных средств. 3. Анализ финансовой устойчивости торгового предприятия. 4. Анализ ликвидности и кредитоспособности торгового предприятия. Анализ деловой активности торгового предприятия. | 8 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): 1. Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия по балансу предприятия. Сделать вывод (конспект) 2. Рейтинговая оценка кредитоспособности торгового предприятия. 3. Анализ оборачиваемости капитала. 4. Система показателей рентабельности. 5. Система показателей банкротства Бивера и Альтмана | 12 | |
| | МДК 02.03 Маркетинг | 90 | |
| Раздел I. Методологические основы маркетинга. | | | ОК1-4,10 |

| | | | |
|---|---|---|------------------------|
| Тема 1.1 Концепции развития рыночных отношений. | 1.Понятия маркетинга, исходные идеи: нужда, потребность. Связь маркетинга с другими дисциплинами. Рынок. Элементы рынка. Насыщенность рынка. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России. Рыночная ситуация. 2.Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций. 3. История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость совершенствования маркетинга в современных условиях. Социально-этичный маркетинг. | 4 | ПК 2.5-2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Поиск информации о проявлении и применении социально-этичного направления маркетинга. Подготовка сообщений. | 2 | |
| Тема 1.2 Структура маркетинговой деятельности | 1.Структура маркетинговой деятельности: цели, задачи, функции (основные и специфические). Принципы маркетинга. 2. Классический комплекс маркетинга: товар, цена, сбыт, продвижения. | 2 | ОК1-4,10 ПК 2.5-2.8 |
| Тема 1.3 Классификация маркетинга | Классификационные признаки. Основные виды маркетинга по сфере и объекту применения, по широте охвата рынка, в зависимости от состояния спроса. | 2 | ОК1-4,10 ПК 2.5-2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Изучение видов маркетинга. | 1 | |
| Тема 1.4.Сегментация рынка | 1.Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, психографические, поведенческие. 2.Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность, существенность, прибыльность, защищенность, информационная насыщенность. 3.Позиционирование товара на рынке. | 2 | ОК1-4,10 ПК 2.5-2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Характеристика обслуживаемых сегментов рынка предприятия, их оценка. | 2 | |
| Раздел 2. Практический маркетинг | | | |
| Тема 2.1 . Объекты маркетинга | 1.Классификация потребностей согласно пирамиде иерархии потребностей А.Маслоу, прочие способы классификации потребностей. | 2 | ОК 1-4, |

| | | | |
|--|---|---|--------------------------------|
| говой деятельности | 2.Виды спроса. Их характеристика. | | ПК 2.5 |
| | Практические занятия Применение маркетинга в зависимости от состояния спроса. Маркетинговые стратегии. Выявление потребностей, факторы формирования потребностей Применение методов изучения покупательского спроса/ Прогнозирование спроса. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Примеры объектов маркетинга в конкретных ситуациях | 3 | |
| Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности. | 1.Первая группа субъектов маркетинговой деятельности: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). 2.Положение об отделе маркетинга, требования к специалисту. Должностные инструкции начальника отдела маркетинга. Организационные структуры управления маркетингом. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями фирмы. 3.Вторая группа субъектов маркетинговой деятельности. группа: потребители, изготовители, продавцы, конкуренты, общественные, государственные организации. Потребители: понятие, деление потребителей на индивидуальных и организации. Модель потребительского поведения. 4.Управление потребителем | 4 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.5,2.7 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Поиск примеров «рыночных ниш» занятых теми или иными субъектами рынка. | 2 | |
| Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга. | 1.Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы. Микросреда фирмы: понятие, субъекты, контролируемые факторы маркетинговой среды. 2. Макросреда фирмы: субъекты, виды, характеристика. Макросреда и конъюнктура рынка 3.Методы анализа среды. | 6 | ОК 1-4,6,7,10 ПК 2.5,2.7 |
| | Практические занятия: Анализ окружающей среды предприятия торговли | 2 | |

| | | | |
|-------------------------------|--|---|---------------------------------|
| | Использование различных методов анализа среды | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Поиск информации о современном состоянии факторов макросреды, влияние их изменения на деятельность коммерческих фирм. | 3 | |
| Тема.2.4 Конкурентная среда. | 1.Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность 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. 2.Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения. | 2 | ОК 1-4,6,7,10 ПК 2.5,2.7,2.8 |
| | Практические занятия Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ. (решение ситуационных задач) Оценка конкурентоспособности товаров. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Поиск информации о современном состоянии конкурентной среды отрасли. | 2 | |
| Тема 2.5 Средства маркетинга. | 1.Классификация средств маркетинга. Средства удовлетворения потребностей: виды, краткая характеристика. 2.Товар – важнейшее средство удовлетворения потребностей. Жизненный цикл товаров, его основные этапы. Виды ЖЦТ. 3. Разработка новых товаров: уровни, этапы. Отличия ТЖЦ от РЖЦ. 4. Товарная марка, упаковка, их роль в товарной политике. Рыночная атрибутика товаров | 8 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.5,2.7 |
| | Практические занятия Особенности маркетинговой деятельности на разных этапах ЖЦТ. Ассортиментная политика фирмы. | 2 | |

| | | | |
|---|--|---|--------------------------------|
| Тема 2.6 Ценовая политика. | 1.Основные понятия: цена, политика, стратегия ценообразования. Цели, задачи, направления формирования цен. 2.Назначение цен в маркетинге. Факторы, влияющие на формирование цен. | 4 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.5,2.7 |
| | Практические занятия Решение ситуационных задач по ценообразованию. Сбор информации и характеристика ценовой политики предприятия. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Исследование политики ценообразования предприятиями общественного питания и торговли | 1 | |
| Тема 2.7. Сбытовая политика предприятий торговли | 1.Понятие о сбыте и сбытовой политики. Виды сбыта, средства сбыта. Каналы сбыта, виды, протяженность, широта. Прямой и косвенный сбыт. 2.Посредники в сбыте: виды, типы, краткая характеристика. | 4 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.8 |
| Тема 2.8. Методы маркетинга. | 1.Методы маркетинга, их классификация. Методы изучения спроса: назначение, характеристика. 2. Методы ФОССТИС, продвижение товаров. Личная продажа, реклама, пропаганда, стимулирование сбыта. 3. Характеристика видов продвижения. | 4 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.6,2.8 |
| Тема 2.9. Реклама. | 1.Реклама. Цели, задачи, функции. Требования к рекламе. 2.Правовые основы рекламы 3.Модель потребительского восприятия рекламы, рекламная компания фирмы: средства, носители, виды рекламы. 4. Эффективность рекламы. | 4 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.6,2.8 |
| | Практические занятия Изучение правовых основ рекламы Оценка эффективности рекламы. | 2 | |
| Тема 2.10. Маркетинговые исследования рынка. | 1. Цели и задачи исследований. Процесс маркетинговых исследований. Маркетинговая информация: назначение, виды, источники. Методы маркетинговых исследований. 2. Планирование сбора первичных данных. | 4 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |

| | | | |
|--|---|------------|----------------------------|
| | Анкетные опросы. Требования к анкете. | | |
| | Практические занятия Составление анкет. Проведение маркетинговых исследований на заданную тему. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Проведение исследований. | 4 | |
| Тема 2.11. Стратегия и планирование маркетинга. | 1. Направление, виды стратегий маркетинга, критерии выбора (доля рынка, рыночный спрос). Стратегическое планирование. Основные этапы, их характеристика. 2. Ситуационный анализ. Планирование маркетинга. 3. Характеристика стратегий маркетинга 4. Управление маркетингом. | 4 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| | МДК 02.04 Маркетинг территорий. | 108 | |
| Тема 1. Основы маркетинга территорий. | 1. Сущность и подходы к определению маркетинга территорий. 2. Субъекты маркетинга территорий. 3. Инструменты маркетинга территорий. 4. Стратегии маркетинга территорий. | 4 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| | Практическое занятие 1. Различные трактовки понятия маркетинга территорий. Основные цели маркетинга территорий. 2. Классификация субъектов маркетинга территорий. Процесс принятия решения о покупке территориального продукта. 3. Инструментарий маркетинга территорий. 4. Территориальный маркетинг-микс. 5. Стратегии маркетинга территорий. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся: 1. Подготовка докладов (домашнее задание). 2. Кейс-study «Самые дружелюбные и недружелюбные города мира» | 3 | |
| Тема 2. Маркетинг страны | 1. Имидж и символика страны. 2. Конкурентоспособность страны. | 10 | ОК 1-4,6,7,10,12 |

| | | | |
|----------------------------|---|----|----------------------------|
| | <p>3. Страновые особенности спроса и поведения потребителей.</p> <p>4. Страновая идентификация и выбор товаров.</p> <p>Практические занятия</p> <p>1. Имидж и символика страны.</p> <p>2. Понятие конкурентоспособности страны. Система конкурентных преимуществ стран. Технологии измерения и оценки конкурентоспособности страны.</p> <p>3. Страновые особенности спроса и поведения потребителей.</p> <p>4. Страновая идентификация и выбор товаров.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание):</p> <p>1. Подготовка докладов.</p> <p>2. Эссе «Чем должна обладать Россия, чтобы вызывать уважение других государств? Что вызывает сегодня уважение к России со стороны других государств?»</p> | 2 | ПК 2.7 |
| Тема 3. Маркетинг региона. | <p>1. Особенности маркетинга региона.</p> <p>2. Позиционирование, оценка конкурентоспособности и маркетинговые стратегии регионов.</p> <p>3. Коммуникации в маркетинге регионов.</p> <p>4. Межрегиональный маркетинг.</p> | 10 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| | <p>Практические занятия</p> <p>1. Отличительные черты маркетинга регионов. Внутренняя и внешняя маркетинговая среда региона. Цели маркетинга регионов.</p> <p>2. Целевые рынки покупателей товаров и услуг региона.</p> <p>3. Позиционирование, оценка конкурентоспособности и маркетинговые стратегии регионов. Идентификация региона.</p> <p>4. Межрегиональный маркетинг. Система межрегиональных маркетинговых центров</p> | 4 | |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся:</p> <p>1. Подготовка докладов (домашнее задание).</p> <p>2. Ролевая игра «Презентация Иркутской области внешним инвесторам и потенциальным жителям»</p> | 6 | |

| | | | |
|---|--|----|---------------------------------|
| Тема 4. Маркетинг города. | 1. Специфика городского маркетинга. 2. Стратегии маркетинга города. Позиционирование города. 3. Коммуникации в маркетинге города. Программа продвижения города. | 10 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| | Практические занятия: 1. Специфика городского маркетинга. Стратегии маркетинга города. 2. Позиционирование города. 3. Коммуникации в маркетинге города. Программа продвижения города. | 4 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): 1. Подготовка докладов. 2. Кейс-study «Позиционирование города Иркутска» | 24 | |
| Тема 5. Организация маркетинга территории. | 1. Организация регионального маркетинга. 2. Принципы государственно-частного партнерства. 3. Деятельность специализированных маркетинговых служб. | 8 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| | Практические занятия 1. Изменение структуры управления территорией в соответствии с принципами маркетинга. 2. Институт сити-менеджера. 3. Специализированные организации регионального развития (пример «Корпорации развития Иркутской области») | 2 | |
| Производственная практика | | | |
| Тема 1. Изучение профессиональной деятельности менеджера по продажам | Ознакомление с торговой организацией. Ознакомление с коммерческой службой торговой организации. Изучение профессиональной деятельности менеджера по продажам. Характеристика услуг, предоставляемых предприятием, в том числе информационных, консультативных. Посреднических. Анализ состояния культуры обслуживания покупателей, характера записей в Книге отзывов и предложений, действенности применяемых мер по заявлениям покупателей. | 18 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| Тема 2. Ознакомление с информационным обеспечением коммерческой деятельности торгового предприятия. | Ознакомление с состоянием информационного обеспечения коммерческой деятельности. Изучение видов, источников, средств информации. Ознакомление с состоянием рекламы в магазине. Участие в оформлении витрин. Анализ использования различных средств внутрифирменной рекламы (Ваши предложения по активизации и повышению эффективности использования средств рекламы) Ознакомление с рекламой товаров в организации : • Видами | 6 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.6, 2.7 |

| | | | |
|--|--|---|--------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Соблюдением установленных требований • Информационных указателей в торговом зале <p>Ознакомление с другими средствами информации, используемыми в магазине. Установление соответствия данных, приведенных на маркировке товаров, регламентируемые действующими стандартами требованиям (на примере 3-5 товаров однородных и разнородных групп). Особо отметить наличие на маркировке информационных знаков и провести их расшифровку. Составление с использованием информации потребителей на маркировке рекламного листка или проспект (2-3 наименования товаров)</p> <p>Изучение состояния работы по использованию сведений на маркировке для информации покупателей и создания у них потребительских предпочтений.</p> <p>Ознакомление с торговой маркировкой (товарными и кассовыми чеками). Правильностью их заполнения.</p> <p>Ознакомление с мероприятиями по защите коммерческой информации и тайны. Оценка этих мероприятий.</p> | | |
| Тема 3. Ознакомление с ассортиментной политикой, изучение спроса потребителей в торговом предприятии. | <p>Анализ оценки и предложения по совершенствованию ассортиментной политики магазина. Ознакомление с ассортиментным перечнем товаров магазина, порядком утверждения и контролем за его соблюдением.</p> <p>Определение товарных групп, занимающих наибольший и наименьший удельный вес в товарообороте. Изучение и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения товаров. Использование полученной информации по изучению спроса в работе магазина, в том числе при формировании ассортимента.</p> | 6 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7,2.8 |
| Тема 4. Проведение опросов потребителей. | <p>Оценка обслуживаемого сегмента потребителей.</p> <p>Проведение исследования по потребительским предпочтениям методом наблюдений и опросов.</p> | 6 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| Тема 5. Оценка качества услуг розничной торговли. | <p>Изучение оценки качества услуг розничной торговли: номенклатуры требований к качеству услуг розничной торговли в соответствии с ГОСТ Р 51304 99 «Услуги розничной торговой сети Общие требования» и ОСТ 28-002-2000 «Розничная торговля. Номенклатура показателей качества услуг» (работа может быть проведена в учебном заведении или на месте практики при наличии нормативных документов)</p> <p>Оценка соответствия фактического уровня качества услуг конкретного предприятия установленным требованиям (требованиям безопасности охраны окружающей среды, функциональной пригодности, социальному назначению, эргономике, технологичности, эстетике, наличию медицинских книжек).</p> | 6 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |

| | | | |
|---|--|--|------------------------------------|
| Тема 6. Анализ розничного товарооборота | По данным бухгалтерской и статистической отчетности провести анализ розничного товарооборота торгового предприятия за год и по кварталам. Рассчитать процент выполнения плана и динамику развития товарооборота и сделать вывод. | | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.1-2.4,2.9 |
| Тема 7. Анализ издержек обращения | Проанализируйте издержки обращения торгового предприятия. В процессе анализа определите уровень издержек обращения, темп изменения уровня и сумму относительной экономии или перерасхода по издержкам обращения. Сделать вывод об эффективности затрат торгового предприятия. | | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.1-2.4,2.9 |
| Тема 8. Анализ прибыли торгового предприятия | По данным бухгалтерской отчетности «Отчет о финансовых результатах» проведите анализ прибыли от продажи, прибыли до налогообложения, чистой прибыли. Выявите влияние следующих факторов на прибыль от продаж, применяя способ абсолютных разниц: 1. изменение товарооборота; 2. изменение уровня валового дохода; 3. изменение уровня издержек обращения. | | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.1-2.4,2.9 |
| Тема 9. Анализ финансовой устойчивости торгового предприятия | По данным бухгалтерского баланса торговой организации (предприятия) выявить тип финансовой устойчивости на начало и конец отчетного периода и разработать мероприятия по повышению финансовой устойчивости. | | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.1-2.4,2.9 |
| Тема 10. Анализ ликвидности бухгалтерского баланса | По данным бухгалтерского баланса распределить активы по степени ликвидности: - наиболее ликвидные активы; - быстрореализуемые активы; - медленно-реализуемые активы; - труднореализуемые активы. Пассивы баланса распределить по срокам погашения обязательств: - наиболее срочные пассивы; - краткосрочные пассивы; - долгосрочные пассивы; - постоянные пассивы. По соответствующим неравенствам определить ликвидность бухгалтерского баланса за прошлый и отчетный периоды и сделать вывод о возможности погашения обязательств предприятием в срок. | | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.1-2.4,2.9 |

3.3. Тематический план профессионального модуля (заочное обучение)

| Код 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, 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.-2.2, 2.4 | МДК 02.01 финансы, налоги и налогообложение | 90 | 14 | 00 | | 76 | | | | |
| ПК 2.3, 2.9 | МДК 02. 02.Анализ финансово – хозяйственной деятельности | 108 | 18 | 00 | | 90 | | | | |
| ПК 2.5 – 2.8 | МДК 02. 03. Маркетинг | 90 | 14 | 00 | | 76 | | | | |
| ПК 2.5 – 2.8 | МДК 02.04 Маркетинг территорий | 108 | 10 | 00 | | 98 | | | | |
| | Производственная практика, (по профилю специальности), часов | 72 | | | | | | | | 72 |
| Всего: | | 468 | 56 | 00 | | 340 | | | 72 | |

3.4. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) (заочное обучение)

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (если предусмотрены) | Объем часов | Уровень освоения |
|---|---|-------------|----------------------------|
| | МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение | 90 | |
| <i>Введение</i> | Предмет и задачи курса, его связь с другими дисциплинами; построение курса и содержание отдельных тем. | 0.5 | ОК 1-3 |
| Раздел 1 Денежная система | Деньги, сущность и функции, денежный запас. Виды денег. Денежное обращение. Проблема ликвидности. Деноминация денег. Дисконтирование (стоимость денег сегодня и завтра) и важность его в финансовых расчетах. | 0.5 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| Тема 1.1. Деньги: происхождение, функции, проблемы | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Сущность и происхождение денег. Функции денег. Виды денег.личный денежный оборот, сфера его применения и принципы управления. | 3 | |
| Тема 1.2. Сущность финансов и финансовая политика | Возникновение финансов. Их связь с развитием товарно-денежных отношений. Социально-экономическая сущность финансов. Функции финансов, их роль в современных условиях. Финансовая политика. Финансы и инфляция. Содержание и значение финансовой политики. Финансовая политика государства на современном этапе. | 1 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Характеристика финансовой системы. Понятие «Финансовая система». | 4 | |

| | | | |
|--|--|---|-------------------------------|
| <p>Тема 1.3 Государственные финансы: государственный бюджет, внебюджетные фонды, государственный кредит</p> | <p>1. Понятие государственных финансов, их роль в организации финансовой системы. Основные звенья государственных финансов: государственный бюджет, внебюджетные фонды, государственный кредит. Сущность и значение государственного бюджета. Бюджетная система и ее сущность. Федеральный бюджет и его функции. Состав и структура доходов и расходов государственного федерального бюджета. Источники доходов государственного бюджета. Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия.</p> <p>2. Социально-экономическая сущность внебюджетных фондов. Пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд обязательного медицинского страхования. Порядок образования и использования средств фондов. Сущность и функции государственного кредита. Управление государственным долгом.</p> | 1 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Государственный бюджет, его сущность и роль в социально-экономических процессах. Бюджетный дефицит и управление им. Бюджетная система и бюджетное устройство. Бюджетный процесс в РФ. Пенсионный фонд РФ. Фонд социального страхования РФ. Фонд обязательного медицинского страхования РФ.</p> | 6 | |
| <p>Тема 1.4. Финансы организаций различных форм собственности</p> | <p>1. Финансы организаций, их место в финансовой системе. Основные принципы и факторы, влияющие на организацию финансов организаций различных форм собственности.</p> <p>2. Экономическое содержание и категории финансовых ресурсов организаций различных форм собственности и их источники: финансы коммерческих организаций, финансы учреждений и организаций, осуществляющих некоммерческую деятельность; финансы общественных объединений и пр.</p> <p>3. Основные и оборотные средства предприятий торговли и общественного питания, их состав и структура. Формирование и источники их финансирования. Прибыль и рентабельность предприятий.</p> | 1 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Состав и организационно-правовые формы хозяйствующих субъектов. Содержание и организация финансов предприятий.</p> | 4 | |

| | | | |
|--|---|---|-------------------------------|
| Тема 1.5 Страхование | Социально-экономическое содержание страхования, его функции. Основные понятия в страховом деле. Социальное страхование, страхование ответственности, имущественное страхование, страхование предпринимательских рисков. Организация страхования. | 1 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Основные понятия в страховом деле. Социальное страхование, страхование ответственности, имущественное страхование, страхование предпринимательских рисков. Организация страхования. | 4 | |
| Раздел 2. Банки и банковская система Тема 2.1 Банковская система РФ | 1. Построение банковской системы Российской Федерации, классификация банков. Роль и задачи Центрального Банка по осуществлению денежно-кредитного регулирования экономики. Развитие коммерческих банков. Организационная структура коммерческого банка. 2. Сущность кредита. Кредит как экономическая категория. Функции кредита. Принципы банковского кредитования. Кредитный договор, его понятие, порядок заключения. Срок и содержание кредитного договора. Формы кредита, их характеристика. Кредитные операции. Развитие новых функций банков: лизинг, факторинг. | 1 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Коммерческие банки России в условиях перехода на рыночные отношения. Источники ссудных капиталов в России. Принципы и организация банковского кредитования. | 4 | |
| Тема 2.2. Рынок ценных бумаг | Ценные бумаги. Виды ценных бумаг: акции, облигации, векселя, сертификаты и др., их назначение, характеристика, правила выпуска и обращения. Виды предпринимательской деятельности на рынке ценных бумаг: брокерская, дилерская, депозитарная, расчетно-клиринговая. Эмитенты и инвесторы. Финансовые брокеры и фондовые биржи, инвестиционные фонды и приобретение ценных бумаг юридическими и физическими лицами. Расчет дивидендов по акциям и процентов по облигациям. | 1 | ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Виды предпринимательской деятельности на рынке ценных бумаг: брокерская, дилерская, депозитарная, расчетно-клиринговая. | 4 | |

| | | | |
|--|---|-------------------|--|
| <p>Раздел 3. Финансирование и кредитование капитальных вложений</p> | <p>Капитальные вложения и источники их финансирования на предприятии. Собственные и заемные средства. Понятие инвестиций и их виды. Роль инвестиционного капитала в формировании основных средств организаций отрасли. Использование амортизационных отчислений при финансировании капитальных вложений. Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Субъект и объект капитальных вложений. Особенности кредитования капитальных вложений предприятий торговли и общественного питания.</p> | <p>1</p> <p>4</p> | <p>ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4</p> |
| <p>Раздел 4. Валютная система Российской Федерации и международные кредитные отношения.</p> <p>Тема 4.1 Мировая валютная система</p> | <p>Валюта и валютные отношения. Валютная система как совокупность экономических отношений, связанных с функционированием валюты. Национальная, мировая, международная валютные системы. Этапы развития мировой валютной системы. Котировка валют. Валютный курс, инструменты его регулирования. Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Международные кредитные отношения. Внешняя задолженность Российской Федерации.</p> | <p>1</p> <p>2</p> | <p>ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4</p> |
| <p>Тема 4.2 Валютная система РФ</p> | <p>Валютная система Российской Федерации. Курс рубля, виды и назначение. Понятие валютных ценностей. Валютные операции, их классификация. Валютное регулирование и порядок его осуществления. Валютный контроль. Платежный баланс Российской Федерации.</p> | <p>1</p> | <p>ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4</p> |
| <p>Тема 4.3 Международные кредитные отношения</p> | <p>Международные валютно-финансовые и кредитные отношения. Экспорт ссудного капитала – основа современной системы международного кредита. Классификация международного кредита: по срокам представления, по источникам предоставления средств. Кредитование внешней торговли. Платежный баланс, его составляющие. Проблемы внешней задолженности России.</p> | <p>0.5</p> | <p>ОК 1-3 ПК 2.1, 2.2, 2.4</p> |
| <p>Раздел 5. Экономическая сущность налогов и налогообложения</p> <p>Тема 5.1. Экономическая сущность</p> | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Налоги как инструмент бюджетного регулирования, их экономическая сущность. Функции налогов. Основные элементы налога. Понятие налоговой системы. Классификация налогов. Принципы построения налоговой системы РФ.</p> | <p>2</p> | <p>ОК 3, ПК 2.4</p> |

| | | | |
|--|--|-----|-----------------|
| налогов. Налоговая система РФ | | | |
| Тема 5.2. Государственное управление налогообложением | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Составление структурно-логической схемы ст.31,32 НК РФ. Основные органы, осуществляющие проверку: Федеральная служба налоговой полиции РФ, ГТК РФ, МНС РФ. | 1 | ОК 3, ПК 2.4 |
| Тема 5.3. Налоговый контроль и порядок его проведения | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Налоговый контроль Формы налогового контроля, его значение. Сроки и место проведения камеральной и выездной проверок. Оформление результатов выездной проверки. Налоговые правонарушения Производство по делу о налоговых правонарушениях. Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение. Виды налоговых правонарушений. | 6 | ОК 3, ПК 2.4 |
| Раздел 6. Федеральные налоги и сборы Тема 6.1. Косвенные налоги | НДС и акцизы, место и роль в налоговой системе Плательщики, объекты обложения, налоговые вычеты, порядок их применения, ставки и сроки уплаты. Порядок возмещения налога из бюджета. | 0.5 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Конспект: Система акцизов, операции, не подлежащие налогообложению; налоговый период, льготы, ставки. Сумма акциза, подлежащая уплате. Сумма акциза, подлежащая возврату. Порядок исчисления и сроки уплаты. | 4 | |
| Тема 6.2. Налог на прибыль организаций | Налог на прибыль организаций. Налогоплательщики, объекты налогообложения. Налоговая база. Налоговые ставки, налоговый и отчетный период. Порядок исчисления налога, сроки уплаты. | 0.5 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): 1. Конспект: Порядок определения доходов. Классификация доходов. Доходы, не учитываемые при определении налоговой базы. Группировка расходов. Расходы, не учитываемые в целях налогообложения. 2. Решение задачи | 4 | |
| Тема 6.3. Налог на доходы с физических лиц (НДФЛ) | Значение налога на доходы в регулировании доходов населения и формирования дохода территориальных бюджетов. Плательщики налога, объекты налогообложения, налоговые вычеты, ставки налога и их применение. Порядок начисления налога на доходы с физических лиц и сроки его уплаты. | 0.5 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): | 4 | |

| | | | |
|--|---|-----|-----------------|
| | Конспект: Декларирование годового дохода граждан, порядок и сроки представления деклараций в налоговые инспекции. ст.217 ,222, 223 НК РФ | | |
| Тема 6.4. Другие виды федеральных налогов | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Реферат: Объекты налогообложения; плательщики, порядок исчисления, сроки уплаты: водного налога, налога на добычу полезных ископаемых, государственной пошлины, сборов за пользование объектами животного мира и другие. | 4 | ОК 3, ПК 2.4 |
| Раздел 7. Региональные и местные налоги | Значение налога на имущество организаций, его плательщики, объекты обложения; ставки, сроки. Особенности расчета суммы налога на примере Иркутской области. | 0.5 | ОК 3, ПК 2.4 |
| Тема 7.1. Налог на имущество организаций (на примере Иркутской области) | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Конспект: Методика расчета среднегодовой стоимости имущества предприятия за отчетный период, облагаемой налогом. | 3 | |
| Тема 7.2. Транспортный налог (на примере Иркутской области) | Транспортный налог: объекты налогообложения, плательщики, порядок исчисления, сроки уплаты | 0.5 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Налоговые льготы и ставки Иркутской области по транспортному налогу. | 1 | |
| Тема 7.3. Налог на игорный бизнес | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Составление презентации: Налог на игорный бизнес: объект налогообложения; плательщики, порядок исчисления, сроки уплаты | 3 | ОК 3, ПК 2.4 |
| Тема 7.4. Местные налоги и сборы (на примере г. Иркутска) | Значение и место местных налогов (земельного и налога на имущество физических лиц) в налоговой системе; плательщики; объекты налогообложения, ставки, порядок исчисления, сроки уплаты. | 0.5 | ОК 3, ПК 2.4 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): 1. Конспект: Налог на имущество физических лиц: объекты налогообложения, плательщики, ставки, льготы, порядок исчисления, сроки уплаты. 2. Решение задачи | 5 | |
| Раздел 8. Специальные режимы налогообложения | Порядок введения в действие системы налогообложения в виде УСН и ПСН. Налогоплательщики, объект, налоговая база, налоговый период, ставка, порядок исчисления и сроки уплаты. | 0.5 | ОК 3, ПК 2.4 |
| Тема 8.1. Упрощенная и патентная системы налогообложения | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Изучение НК РФ гл. .26.1 ,гл.26.3 и ответы на вопросы. | 4 | |

| | | | |
|--|--|------------|------------------|
| | МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | 108 | |
| Тема 1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа | Предмет и содержание экономического анализа хозяйственной деятельности как экономической науки. Роль и значение экономического анализа в контроле и прогнозировании финансовых результатов деятельности предприятия. Соотношение понятий «Финансовый анализ» и «Анализ хозяйственной деятельности». Виды экономического анализа. | 2 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Предмет, содержание и задачи экономического анализа | 10 | |
| Тема 2. Метод и приемы экономического анализа | 1. Метод экономического анализа. Приемы экономического анализа: сравнение, балансовая увязка показателей, исчисление средних и относительных величин, составление аналитических таблиц. 2. Определение и измерение факторов, их взаимосвязь, влияние на анализируемые показатели. Приемы элиминирования. | 2 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Метод и приемы экономического анализа | 10 | |
| Тема 3. Организация аналитической работы на предприятиях торговли | 1. Классификация видов экономического анализа с ориентацией на классификацию видов управления. Составные блоки анализа: анализ финансовых результатов, анализ финансового состояния. 2. Источники экономической информации (плановая, нормативная, бухгалтерская, статистическая и оперативная отчетность). Управленческий и финансовый анализ, их взаимосвязь. | 2 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Организация аналитической работы на предприятиях торговли | 10 | |
| Тема 4. Анализ розничного товарооборота | 1. Значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота. 2. Методика и последовательность проведения анализа розничного товарооборота: по общему объему, по составу, во временном разрезе, по ассортиментной структу- | 1 | ОК 4,6 ПК 2.9 |

| | | | |
|--|--|-----------|------------------|
| | ре. 3. Анализ факторов, влияющих на объем розничного товарооборота. 4. Задачи, источники и методика проведения анализа товарных запасов, товарооборачиваемости и поступления товаров. | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Анализ розничного товарооборота | 10 | |
| Тема 5. Анализ оптового товарооборота | Значение, задачи, информационное обеспечение анализа оптового товарооборота. Методика и последовательность проведения анализа оптового товарооборота. Задачи и методика проведения анализа поступления товаров на оптовое предприятие. | 1 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Анализ оптового товарооборота. | 10 | |
| Тема 6. Анализ издержек обращения торгового предприятия | 1. Значение, задачи, информационное обеспечение анализа издержек обращения. 2. Методика и последовательность проведения анализа издержек обращения: анализ по общему объему и по отдельным статьям. 3. Анализ факторов, влияющих на уровень, издержек обращения, выявление резервов экономии издержек. | 1 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Анализ издержек обращения торгового предприятия | 10 | |
| Тема 7. Анализ валового дохода | Значение, задачи, информационное обеспечение анализа валового дохода. Методика проведения анализа валового дохода: анализ по общему объему по составу, анализ факторов, влияющих на сумму и уровень валового дохода, выявление резервов роста валового дохода. | 2 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Анализ валового дохода. | 10 | |
| Тема 8. Анализ финансовых результатов | 1. Значение, задачи, информационное обеспечение анализа прибыли и рентабельности. 2. Методика и последовательность проведения анализа прибыли: анализ прибыли по видам факторный анализ прибыли. 3. Анализ «Издержки – Объем-Прибыль» (операционный анализ). | 2 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Анализ финансовых результатов | 10 | |

| | | | |
|---|--|------------|------------------|
| Тема 9. Анализ показателей по труду | 1. Значение задачи и информационное обеспечение анализа. 2. Методика и последовательность проведения анализа показателей по труду. Анализ численности работников, анализ производительности труда. 3. Анализ расходов на оплату труда и фонда рабочего времени. | 2 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Анализ показателей по труду | 10 | |
| Тема 10. Анализ финансового состояния и деловой активности торгового предприятия | 1. Финансовое состояние предприятие, значение, задачи его анализа. 2. Бухгалтерский баланс – основной документ анализа финансового состояния. Взаимосвязь разделов и статей баланса. Подготовка баланса к анализу. 3. Методика проведения анализа финансового состояния предприятия. 4. Анализ структурных изменений в балансе. 5. Эффективности использования основных и оборотных средств. 6 Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности. 7 Анализ ликвидности баланса. 8. Анализ рентабельности капитала и деловой активности. | 3 | ОК 4,6 ПК 2.9 |
| | МДК 02.03 Маркетинг. | 90 | |
| Раздел I. Методологические основы маркетинга. | | | ОК1-4,10 |
| Тема 1.1 Концепции развития рыночных отношений. | 1.Понятия маркетинга, исходные идеи: нужда, потребность. Связь маркетинга с другими дисциплинами. Рынок. Элементы рынка. Насыщенность рынка. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России. Рыночная ситуация. 2.Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций. 3. История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость совершенствования маркетинга в современных условиях. Социально-этичный маркетинг. | 1 | ПК 2.5-2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы | 6 | |
| Тема 1.2 Структура | 1.Структура маркетинговой деятельности: цели, задачи, функции (основные и специфические). Принципы маркетинга. | 0.5 | ОК1-4,10 |

| | | | |
|---|---|-----|------------------------|
| маркетинговой деятельности | 2. Классический комплекс маркетинга: товар, цена, сбыт, продвижения. | | ПК 2.5-2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы | 4 | |
| Тема 1.3 Классификация маркетинга | Классификационные признаки. Основные виды маркетинга по сфере и объекту применения, по широте охвата рынка, в зависимости от состояния спроса. | 0.5 | ОК1-4,10 ПК 2.5-2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы | 4 | |
| Тема 1.4.Сегментация рынка | 1.Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, психографические, поведенческие. 2.Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность, существенность, прибыльность, защищенность, информационная насыщенность. 3.Позиционирование товара на рынке. | 1 | ОК1-4,10 ПК 2.5-2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы | 4 | |
| Раздел 2. Практический маркетинг | | | ОК1-4,10 ПК 2.5-2.8 |
| Тема 2.1. Объекты маркетинговой деятельности | 1.Классификация потребностей согласно пирамиде иерархии потребностей А.Маслоу, прочие способы классификации потребностей. 2.Виды спроса. Их характеристика. | 1 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы | 5 | |

| | | | |
|---|--|----------|--|
| <p>Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности.</p> | <p>1.Первая группа субъектов маркетинговой деятельности: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). 2.Положение об отделе маркетинга, требования к специалисту. Должностные инструкции начальника отдела маркетинга. Организационные структуры управления маркетингом. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями фирмы. 3.Вторая группа субъектов маркетинговой деятельности. группа: потребители, изготовители, продавцы, конкуренты, общественные, государственные организации. Потребители: понятие, деление потребителей на индивидуальных и организации. Модель потребительского поведения. 4.Управление потребителем</p> | <p>1</p> | <p>ОК1-4,10 ПК 2.5-2.8</p> |
| <p>Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга.</p> | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы</p> | <p>5</p> | |
| <p>Тема.2.4 Конкурентная среда.</p> | <p>1.Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы. Микросреда фирмы: понятие, субъекты, контролируемые факторы маркетинговой среды. 2. Макросреда фирмы: субъекты, виды, характеристика. Макросреда и конъюнктура рынка 3.Методы анализа среды.</p> | <p>1</p> | <p>ОК1-4,10 ПК 2.5-2.8</p> |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы</p> | <p>5</p> | |
| | <p>1.Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность 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. 2.Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения.</p> | <p>1</p> | <p>ОК 1-4,6,7,10 ПК 2.5,2.7,2.8</p> |

| | | | |
|---|--|---|---------------------------------------|
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы | 5 | |
| Тема 2.5 Средства маркетинга. | 1.Классификация средств маркетинга. Средства удовлетворения потребностей: виды, краткая характеристика. 2.Товар – важнейшее средство удовлетворения потребностей. Жизненный цикл товаров, его основные этапы. Виды ЖЦТ. 3. Разработка новых товаров: уровни, этапы. Отличия ТЖЦ от РЖЦ. 4. Товарная марка, упаковка, их роль в товарной политике. Рыночная атрибутика товаров | 1 | ОК 1-4,6,7,10,1 2 ПК 2.5,2.7 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы | 5 | |
| Тема 2.6 Ценовая политика. | 1.Основные понятия: цена, политика, стратегия ценообразования. Цели, задачи, направления формирования цен. 2.Назначение цен в маркетинге. Факторы влияющие на формирование цен. Стратегии ценообразования. | 1 | ОК 1-4,6,7,10,1 2 ПК 2.5,2.7 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы | 5 | |
| Тема 2.7. Сбытовая политика предприятий торговли | 1.Понятие о сбыте и сбытовой политики. Виды сбыта, средства сбыта. Каналы сбыта, виды, протяженность, широта. Прямой и косвенный сбыт. 2.Посредники в сбыте: виды, типы, краткая характеристика. | 1 | ОК 1-4,6,7,10,1 2 ПК 2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся (домашнее задание): Самостоятельное изучение темы | 5 | |
| Тема 2.8. Методы маркетинга. | 1.Методы маркетинга, их классификация. Методы изучения спроса: назначение, характеристика. 2. Методы ФОССТИС, продвижение товаров. Личная продажа, реклама, пропаганда, стимулирование сбыта. 3. Характеристика видов продвижения. | 1 | ОК 1-4,6,7,10,1 2 ПК 2.6,2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение темы | 5 | |

| | | | |
|--|--|------------|---------------------------------------|
| Тема 2.9. Реклама. | 1.Реклама. Цели, задачи, функции. Требования к рекламе. 2.Правовые основы рекламы 3.Модель потребительского восприятия рекламы, рекламная компания фирмы: средства, носители, виды рекламы. 4. Эффективность рекламы. | 1 | ОК 1-4,6,7,10,1 2 ПК 2.6,2.8 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение темы | 5 | |
| Тема 2.10. Маркетинговые исследования рынка. | 1. Цели и задачи исследований. Процесс маркетинговых исследований. Маркетинговая информация: назначение, виды, источники. Методы маркетинговых исследований. 2. Планирование сбора первичных данных. Анкетные опросы. Требования к анкете. | 1 | ОК 1-4,6,7,10,1 2 ПК 2,7 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение темы | 5 | |
| Тема 2.11. Стратегия и планирование маркетинга. | 1. Направление, виды стратегий маркетинга, критерии выбора (доля рынка, рыночный спрос). Стратегическое планирование. Основные этапы, их характеристика. 2. Ситуационный анализ. Планирование маркетинга. 3.Характеристика стратегий маркетинга 4.Управление маркетингом. | 1 | ОК 1-4,6,7,10,1 2 ПК 2.5,2.7 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение темы | 8 | |
| | МДК 02.04 Маркетинг территорий. | 108 | |
| Тема 1. Основы маркетинга территорий. | 1. Сущность и подходы к определению маркетинга территорий. 2. Субъекты маркетинга территорий. 3. Инструменты маркетинга территорий. 4. Стратегии маркетинга территорий. | 2 | ОК 1-4,6,7,10,1 2 ПК 2.7 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: 1. Самостоятельное изучение вопросов: - классификация субъектов маркетинга территорий; - процесс принятия решения о покупке территориального продукта; | 16 | |

| | | | |
|----------------------------|--|----|----------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - инструментарий маркетинга территорий; - разработка территориального комплекса маркетинга; - примеры реализации основных территориальных маркетинговых стратегий. <p>2. Кейс-study «Самые дружелюбные и недружелюбные города мира»</p> | | |
| Тема 2. Маркетинг страны | <p>1. Имидж и символика страны.</p> <p>2. Конкурентоспособность страны.</p> <p>3. Страновые особенности спроса и поведения потребителей.</p> <p>4. Страновая идентификация и выбор товаров.</p> | 2 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся:</p> <p>1. Самостоятельное изучение вопросов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - официальная и неофициальная символика страны; - типы имиджа стран, отличие имиджа от репутации; - система конкурентных преимуществ стран; - технологии измерения и оценки конкурентоспособности страны; - страновые особенности спроса и поведения потребителей; - эффект страны-производителя. <p>2. Эссе «Чем должна обладать Россия, чтобы вызывать уважение других государств? Что вызывает сегодня уважение к России со стороны других государств?»</p> | 12 | |
| Тема 3. Маркетинг региона. | <p>1. Особенности маркетинга региона.</p> <p>2. Позиционирование, оценка конкурентоспособности и маркетинговые стратегии регионов.</p> <p>3. Коммуникации в маркетинге регионов.</p> <p>4. Межрегиональный маркетинг.</p> | 2 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся:</p> <p>1. Самостоятельное изучение вопросов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - внутренняя и внешняя маркетинговая среда региона; - целевые рынки покупателей товаров и услуг региона; - идентификация региона; - система межрегиональных маркетинговых центров. <p>2. Подготовка «Презентации Иркутской области внешним инвесторам и потенциальным жителям»</p> | 20 | |

| | | | |
|---|--|----|---------------------------------|
| Тема 4. Маркетинг города. | 1. Специфика городского маркетинга. 2. Стратегии маркетинга города. Позиционирование города. 3. Коммуникации в маркетинге города. Программа продвижения города. | 2 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: 1. Кейс-study «Позиционирование города Иркутска» 2. Самостоятельная работа: «Разработка программы продвижения родного города» | 42 | |
| Тема 5. Организация маркетинга территории. | 1. Организация регионального маркетинга. 2. Принципы государственно-частного партнерства. 3. Деятельность специализированных маркетинговых служб. | 2 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| | Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение темы | 8 | |
| Производственная практика | | | |
| Тема 1. Изучение профессиональной деятельности менеджера по продажам | Изучение профессиональной деятельности менеджера по продажам. Характеристика услуг, предоставляемых предприятием, в том числе информационных, консультативных. Посреднических. Анализ состояния культуры обслуживания покупателей, характера записей в Книге отзывов и предложений, действенности применяемых мер по заявлениям покупателей. | 6 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.7 |
| Тема 2. Ознакомление с информационным обеспечением коммерческой деятельности торгового предприятия. | Ознакомление с состоянием информационного обеспечения коммерческой деятельности. Изучение видов, источников, средств информации. Ознакомление с состоянием рекламы в магазине. Участие в оформлении витрин. Анализ использования различных средств внутрифирменной рекламы (Ваши предложения по активизации и повышению эффективности использования средств рекламы) Ознакомление с рекламой товаров в организации : <ul style="list-style-type: none"> • Видами • Соблюдением установленных требований • Информационных указателей в торговом зале Ознакомление с другими средствами информации, используемыми в магазине. Установление соответствия данных, приведенных на маркировке товаров, регламентируемые действующими стандартами требованиям (на примере 3-5 товаров однородных и разнородных групп) Особо отметить наличие на маркировке информационных знаков и провести их расшифровку. Составление с использованием информации потребителей на маркировке рекламного листка или проспект (2-3 наименования товаров) Изучение состояния работы по использованию сведений на маркировке для информации покупателей и создания у них потребительских предпочтений. | 20 | ОК 1-4,6,7,10,12 ПК 2.6, 2.7 |

| | | | |
|---|--|----|---|
| | <p>Ознакомление с торговой маркировкой (товарными и кассовыми чеками). Правильностью их заполнения.</p> <p>Ознакомление с мероприятиями по защите коммерческой информации и тайны. Оценка этих мероприятий.</p> | | |
| <p>Тема 3. Ознакомление с ассортиментной политикой, изучение спроса потребителей в торговом предприятии.</p> | <p>Анализ оценки и предложения по совершенствованию ассортиментной политики магазина. Ознакомление с ассортиментным перечнем товаров магазина, порядком утверждения и контролем за его соблюдением.</p> <p>Определение товарных групп, занимающих наибольший и наименьший удельный вес в товарообороте. Изучение и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения товаров. Использование полученной информации по изучению спроса в работе магазина, в том числе при формировании ассортимента.</p> | 20 | <p>ОК 1-4,6,7,10,12</p> <p>ПК 2.7,2.8</p> |
| <p>Тема 4. Проведение опросов потребителей.</p> | <p>Оценка обслуживаемого сегмента потребителей.</p> <p>Проведение исследования по потребительским предпочтениям методом наблюдений и опросов.</p> | 20 | <p>ОК 1-4,6,7,10,12</p> <p>ПК 2.7</p> |
| <p>Тема 5. Оценка качества услуг розничной торговли.</p> | <p>Изучение оценки качества услуг розничной торговли: номенклатуры требований к качеству услуг розничной торговли в соответствии с ГОСТ Р 51304 99 «Услуги розничной торговой сети Общие требования» и ОСТ 28-002-2000 «Розничная торговля. Номенклатура показателей качества услуг» (работа может быть проведена в учебном заведении или на месте практики при наличии нормативных документов)</p> <p>Оценка соответствия фактического уровня качества услуг конкретного предприятия установленным требованиям (требованиям безопасности охраны окружающей среды, функциональной пригодности, социальному назначению, эргономике, технологичности, эстетике, наличию медицинских книжек).</p> | 6 | <p>ОК 1-4,6,7,10,12</p> <p>ПК 2.7</p> |

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины обеспечена учебными кабинетами: маркетинга, финансов, налогов и налогообложения

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий (структурно – логические схемы, схемы, таблицы)
- кабинеты маркетинга, финансов, налогов и налогообложения

Технические средства обучения: система мультимедиа, ПК, сканер, принтер.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Учебно-методическая документация:

1. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов по дисциплине.

2. Сборник ФОС по разделам дисциплины

Нормативные источники:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 N 2300-1 (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2014)
2. Налоговый кодекс Российской Федерации.- Москва: Проспект, КноРус, 2016.- 1056 с.
3. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2014)
4. Федеральный закон РФ «Об информации, информатизации и защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 21.07.2014)

Основные источники:

1. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг: учеб. пособие для сред. проф. образования: допущено М-вом образования и науки РФ / А. В. Лукина. - М. : ФОРУМ: Инфра-М, 2017. - 237 с.

2. Финансы, денежное обращение и кредит: учебное пособие [Электронный ресурс]. / Л.В. Агаркова, Б.А. Доронин, И.М. Подколзина и др.; - Ставрополь: Литера, 2015. - 186 с
[//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438860](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438860).

3. Губин В.Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учеб. для сред. проф. образования: допущено М-вом образования РФ / В.Е. Губин, О.В. Губина. – М.:ФОРУМ: ИНФРА-М, 2016.- 336с.

Дополнительные источники:

1. Арженовский И.В. Маркетинг регионов [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/read/article/a56.htm>
2. Колчина Н.В. Финансы организаций: учебник/Под ред. Колчина Н.В.- М.:ЮНИТИ-ДАНА,2016.-399с
3. Чечевицына, Людмила Николаевна. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст]: учебник для сред. проф. образования: допущено М-вом образования РФ /Л.Н. Чечевицына, К. В. Чечевицын. - Изд. 7-е. – Ростов н/Д:Феникс,2014.-368с.
4. Шумяцкий, Р.Н. Налоги и налогообложение [Текст]:учеб.пособие / Р.И. Шумяцкий, М.Н. Шмаково; Сиб. Ин-т управления РАНХиГС. Новосибирск Изд-во СибАГС, 2014. -185 с.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система «Гарант»
2. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система «Консультант»
3. <http://eLibrary.ru/> - Научная электронная библиотека;
4. <http://lib-catalog.isea.ru> - Научная электронная библиотека БГУЭП;
5. zakon-auto.ru- юридическая помощь автомобилистам;
6. www.nalog.ru - Федеральная налоговая служба;
7. www.aup.ru- административно-управленческий портал. Библиотека;
8. www.4p.ru- сайт электронного журнала по маркетингу;
9. <http://www.kvod.narod.ru/> - сайт в помощь студентам и аспирантам.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Образовательное учреждение располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, междисциплинарной и модульной подготовки, предусмотренных паспортом модуля. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

Освоение модуля предусматривает:

- выполнение обучающимся практических занятий,
- освоение обучающимся программы модуля в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательном учреждении или в профильных организациях;
- проведение учебной практики в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Образовательное учреждение обеспечено необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

При освоении модуля предусматриваются групповые и индивидуальные консультации.

Освоение модуля обеспечивается учебно-методической документацией по всем междисциплинарным курсам модуля. Каждый обучающийся имеет доступ к базам данных и библиотечным фондам образовательного учреждения. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет.

Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением.

Освоению профессионального модуля предшествует изучение следующих дисциплин:

Русский язык и литература

Иностранный язык

История

Право

Обществознания

Безопасность жизнедеятельности

Физическая культура

4.4. Перечень занятий, проводимых в активных и интерактивных формах

Общее количество аудиторных часов – **280 часов**

Занятия в активных и интерактивных формах – **70 часа (25 %)**

| Тема занятия | часы | Форма проведения |
|--|------|---|
| МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение | | |
| 1. Деньги: происхождение, функции, проблемы | 2 | Презентации с использованием различных вспомогательных |
| 2. Финансы организаций различных форм собственности | 2 | Работа в малых группах. |
| 3. Банковская система РФ | 2 | Работа в малых группах |
| 4. Рынок ценных бумаг | 2 | Лекция–конференция |
| 5. Доходность ценных бумаг | 2 | Работа в малых группах |
| 6. Налог на доходы с физических лиц (НДФЛ) | 2 | Лекция - конференция |
| Налог на доходы с физических лиц (НДФЛ) | 2 | Работа в малых группах |
| 7. Налог на прибыль организаций | 2 | Лекция с заранее запланированными ошибками |
| 8. Упрощенная и патентная системы налогообложения | 2 | Лекция с проблемным изложением |
| МДК 02.02 Анализ финансово–хозяйственной деятельности | | |
| 1. Организация аналитической работы на предприятиях торговли. | 2 | Презентации с использованием различных вспомогательных средств. |
| 2. Анализ розничного товарооборота по общему объему. | 2 | Работа в малых группах. |
| 3. Анализ ритмичности и равномерности выполнения плана розничного товарооборота. | 2 | Деловая игра |

| | | |
|---|---|--|
| 4 Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов. | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| 5 Анализ состояния и использования основных и оборотных средств предприятий розничной торговли. | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| 6. Анализ издержек обращения по общему объему и отдельным статьям. | 4 | Лекция с проблемным изложением. |
| 7. Факторный анализ выполнения плана и динамики издержек обращения. | 2 | Презентации с использованием различных вспомогательных средств |
| 8. Анализ валового дохода. | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| 9. Анализ прибыли в розничной торговле. | 2 | Лекция с заранее запланированными ошибками |
| 10. Факторный анализ прибыли и рентабельности в розничной торговле. | 2 | Лекция с проблемным изложением. |
| МДК 02.03 Маркетинг | | |
| 1. Концепции развития рыночных отношений. | 2 | Интерактивная лекция |
| 2. Структура маркетинговой деятельности | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| 3. Сегментация рынка | 2 | Интерактивная лекция |
| 4. Объекты маркетинговой деятельности | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| 5. Субъекты маркетинговой деятельности | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| 6. Окружающая среда маркетинга. | 2 | Презентации с использованием различных вспомогательных средств |
| 7. Конкурентная среда предприятия | 2 | Презентации с использованием различных вспомогательных средств |
| 8. Ценовая политика. | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| 9. Методы маркетинга. | 2 | Интерактивная лекция |
| 10. Реклама. | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| 11. Маркетинговые исследования рынка. | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| МДК 02.04 Маркетинг территорий | | |
| 1. Основы маркетинга территорий | 2 | Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
| 2. Маркетинг страны | 2 | Презентации с использованием различных вспомогательных средств |
| 3. Маркетинг региона | 2 | – Презентации с использованием различных вспомогательных средств – Деловая игра |

| | | |
|---------------------|---|--|
| 4. Маркетинг города | 2 | <ul style="list-style-type: none"> – Презентации с использованием различных вспомогательных средств – Работа в малых группах (технология сотрудничества) |
|---------------------|---|--|

4.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

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

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: «Финансы, налоги и налогообложение», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Маркетинг».

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

| № | Содержание | Основные показатели оценки результата | Методы оценки |
|------|--|---|---|
| ПО 1 | оформления финансовых документов и отчетов; | Формирование основных документов и отчетов | Ситуационные задачи, доклад, контрольная работа |
| ПО 2 | проведения денежных расчетов; | Осуществление денежных расчетов | Ситуационные задачи, доклад, контрольная работа |
| ПО 3 | расчета основных налогов; | Осуществление расчета основных налогов | Ситуационные задачи, доклад, контрольная работа |
| ПО 4 | анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; | Определение показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций | Ситуационные задачи, доклад, контрольная работа |
| ПО 5 | выявления потребностей (спроса) на товары; | Осуществление анализа и выявления потребностей , спроса на товары | Ситуационные задачи, доклад, контрольная работа |
| ПО 6 | реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; | Разработка плана реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка | Ситуационные задачи, доклад, контрольная работа |
| ПО 7 | участия в проведении рекламных акций, кампаний, других маркетинговых коммуникаций; | Осуществление проведения подготовки к рекламных акций, кампаний, других маркетинговых коммуникаций; | Ситуационные задачи, доклад, контрольная работа |
| ПО 8 | анализа маркетинговой среды организаций; | Осуществление анализа маркетинговой среды организаций; | Ситуационные задачи, доклад, контрольная работа |
| У1 | Составлять финансовые документы и отчеты; | Составление финансовых документов и отчетов; | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение |
| У2 | Осуществлять денежные расчеты; | Осуществление денежных расчетов; | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение |
| У3 | Пользоваться нормативными Правовыми актами в области налогообложения, регулиру- | Использование нормативных правовых актов в области налогообло- | Устный опрос, промежуточная аттестация в форме устного экзамена |

| | | | |
|-----|---|--|---|
| | ющими механизм и порядок налогообложения | жения, регулируемыми механизм и порядок налогообложения. | |
| У4 | Рассчитывать основные налоги; | Расчет основных налогов | Устный опрос, проверка выполненных домашних заданий, промежуточная аттестация в форме устного экзамена |
| У5 | Анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; | Проведение анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение |
| У6 | Применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа; | Применение и владение методами и приемами финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа; | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение |
| У7 | Выявлять, формировать и удовлетворять потребности; | Выявление ,формирование и удовлетворение потребностей | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение |
| У8 | Обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; | Подбор и выбор методов и средств маркетинга в зависимости от рыночной ситуации | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение |
| У9 | Проводить маркетинговые исследования рынка; | Планирование и организация маркетинговых исследований | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение |
| У10 | Оценивать конкурентоспособность товаров. | Применение методов оценки конкурентоспособности товаров | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение |
| З 1 | Сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения; | Перечисление основных понятий и формулирование основных функций финансов и денег, описание роли финансов в финансовой системе государства, | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, экспертная оценка выполнения и защиты практической работы, проверочная работа. |

| | | | |
|-----|---|---|---|
| | | денежного обращения. | |
| 3 2 | Финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; | Описание основных видов финансирования и использования денежно-кредитной политики. Описание особенностей методов финансового планирования и финансового контроля. | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, экспертная оценка выполнения и защиты практической работы, проверочная работа. |
| 3 3 | Основные положения налогового законодательства; | Перечисление основных положений налогового законодательства | Устный опрос, промежуточная аттестация в форме устного экзамена |
| 3 4 | Функции и классификацию налогов; | Описание функций и классификаций налогов. | Устный опрос, проверка выполненных домашних заданий, промежуточная аттестация в форме устного экзамена |
| 3 5 | Организацию налоговой службы; | Изучение организации налоговой службы | Устный опрос, проверка выполненных домашних заданий, промежуточная аттестация в форме устного экзамена |
| 3 6 | Методику расчета основных видов налогов; | Применение методики расчета основных видов налогов. | Устный опрос, проверка выполненных домашних заданий, промежуточная аттестация в форме устного экзамена |
| 3 7 | Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; | Классификация формы и установление особенностей методов приемов и способов анализа финансово-хозяйственной деятельности. | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, экспертная оценка выполнения и защиты практической работы, проверочная работа. |
| 3 8 | Информационное обеспечение, организацию аналитической работы; | Классификация основных источников информации при организации аналитической работы. Перечисление этапов проведения аналитической работы; | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, экспертная оценка выполнения и защиты практической работы, проверочная работа. |
| 3 9 | Анализ деятельности организаций оптовой и розничной | Формулирование основных понятий при | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, |

| | | | |
|-------|--|--|---|
| | торговли, финансовых результатов деятельности; | проведении анализа деятельности организаций оптовой и розничной торговли; объяснение понятий и перечисление видов финансовых результатов деятельности; | экспертная оценка выполнения и защиты практической работы, проверочная работа. |
| 3 10 | Составные элементы маркетинговой деятельности : цели, задачи, принципы. функции, объекты, субъекты; | Перечисление основных понятий и формулирование основных функций маркетинга, его целей, задач, принципов. Дифференцирование понятий «субъекты», «объекты» маркетинга | Устный опрос, проверка выполнения домашней работы, экспертная оценка выполнения и защиты практической работы, проверочная работа. |
| ОК 1 | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | Проявление интереса к будущей профессии, активности и инициативности в получении профессионального опыта, умений и знаний; понимание сущности и социальной значимости будущей профессии. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в ходе сдачи экзаменов и проведения зачетов. |
| ОК 2. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | Планирование своей собственной деятельности и прогнозирование ее результатов; обоснование выбора методов и способов действий; проявление способности коррекции собственной деятельности. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в ходе сдачи экзаменов и проведения зачетов. |
| ОК 3. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | Принятие решений в стандартных и нестандартных ситуациях и ответственность за результаты деятельности. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях в ходе сдачи экзаменов и проведения зачетов. |
| ОК 4. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | Осуществление поиска источников информации для эффективного выполнения поставленных задач профессионального и личностного развития; | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение |

| | | | |
|--------|---|--|--|
| | | осуществление поиска информации с использованием различных источников и информационно-коммуникационных технологий. | |
| ОК 6. | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | Умение эффективно общаться с преподавателями, студентами, представителями работодателя. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ОК 7 | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | Стремление к постоянному профессионализму и личностному росту; планирование и стремление повышения своей квалификации. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ОК 10 | Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь. | Участие в семинарах, конференциях, выполнении рефератов, выступление с докладами, оформление выводов по практическим работам. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ОК 12 | Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий. | Ориентирование в действующих законах, регулирующих деятельность торговли. ориентирование в нормативных документах в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ПК 2.1 | Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации. | Использование приемов и способов экономического анализа для выявления факторов, влияющих на результативный показатель. Определение различных видов прибыли, налога на добавленную стоимость | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ПК 2.2 | Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организа- | | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная ат- |

| | | | |
|--------|---|---|--|
| | ционно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем. | | тестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ПК 2.3 | Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов. | Оценивание финансовых результатов деятельности предприятия. Использование методов экономического анализа для оценки выполнения плана розничного и оптового товарооборота, валового дохода, издержек обращения. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ПК 2.4 | Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату. | Определение прибыли и дохода организации, товарооборота, издержек обращения. Определение налога на доходы физических лиц Определение налога на добавленную стоимость Определение среднегодовой стоимости имущества организации | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ПК 2.5 | Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров. | Определение удовлетворяемых потребностей Обоснование полезности товара для потребителя. Определение видов спроса Определение маркетинговых целей и стратегий Формирование потребительских предпочтений. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме письменного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ПК 2.6 | Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации. | Умение составлять план рекламной кампании Формулировка и постановка целей продвижения товаров Расчет эффективности маркетинговых коммуникаций | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме письменного экзамена, экспертное наблюдение. |

| | | Формирование системы ФОССТИС | |
|--------|---|--|--|
| ПК 2.7 | Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений. | Составление плана проведения исследований Формирование анкет и опросных листов Оценка маркетинговой информационной системы поддержки принятия управленческих решений Оценка достаточности маркетинговой информации для принятия управленческих решений. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме письменного экзамена, экспертное наблюдение. |
| ПК 2.8 | Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации. | Использование методов оценки конкурентоспособности товаров и фирм Выделение конкурентных преимуществ Применение приемов бенчмаркинга Оценка и выбор деловых партнеров для сбыта или закупки товаров. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме письменного экзамена, экспертное наблюдение. |
| 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. | Использование методов экономического анализа для оценки результатов коммерческой деятельности.. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, промежуточная аттестация в форме устного экзамена, экспертное наблюдение. |

