

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

2022 г.



УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора
по учебно-методической работе
Н.А. Сержантова
«31» августа 2022 г.


Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 15 мая 2014 г. № 539 с изменениями и дополнениями от 13 июля 2021 года.

Организация-разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение «Тверской кооперативный техникум Тверского облпотребсоюза»

Разработчики:

Вешкина Галина Андреевна, преподаватель анализа финансово-хозяйственной деятельности
Сержантова Наталья Александровна, преподаватель маркетинга
Соколова Татьяна Васильевна, преподаватель финансов, налогов и налогообложения

Рассмотрены на заседании
комиссии междисциплинарных
курсов и учебных практик
Протокол № 1 от «31» августа 2022 г.
Председатель комиссии


С.В. Терехова

Рекомендована:

*Калининским районным потребительским
обществом Тверского областного союза
потребительских обществ*

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
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	25
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	30

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

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

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

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

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

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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

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

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

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

иметь практический опыт:

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

уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;

- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

знать:

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего – **432** часа, в том числе:

- максимальная учебная нагрузка обучающегося – **324** часа, из них:
 - обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося – **216** часов;
 - самостоятельная работа обучающегося **108** часов;
- учебная практика – **72** часа;
- производственная практика – **36** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимся видом профессиональной 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 личностного развития.
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

В ходе освоения профессионального модуля учитывается движение обучающихся к достижению личностных результатов:

№	Личностные результаты реализации программы воспитания	Код ЛР реализации программы воспитания
1	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	ЛР 1
2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в жизни общественных организаций.	ЛР 2
3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социальное опасное поведение окружающих.	ЛР 3
4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».	ЛР 4
5	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.	ЛР 5
6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.	ЛР 6
7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	ЛР 7
8	Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.	ЛР 8
9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.	ЛР 9
10	Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.	ЛР 10
11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.	ЛР 11
12	Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и	

	воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.	ЛР 12
13	Принимающий Правила внутреннего распорядка обучающихся техникума в части исполнения корпоративной культуры: внешнего вида, делового дресс-кода, выполнения санитарно-гигиенических норм поведения.	ЛР 13
14	Исполняющий нормы культурного поведения в помещениях: в гардеробе, столовой, учебных аудиториях, библиотеке, коридорах.	ЛР 14
15	Активно участвующий в общественно-полезной трудовой деятельности по поддержанию и улучшению условий образовательной деятельности: субботники, поддержание в чистоте закреплённого при техникуме участка.	ЛР 15

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Объем часов профессионального модуля и виды учебной работы

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	324
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	216
в том числе:	
МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение	54
из них практические занятия	26
МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	72
из них практические занятия	44
МДК 02.03 Маркетинг	90
из них практические занятия	50
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	108
Учебная практика	36
МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	36
Учебная практика	
МДК 02.03 Маркетинг	36
Производственная практика	
<i>Промежуточная аттестация:</i>	
МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение	Зачет
МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	Экзамен
МДК 02.03 Маркетинг	Экзамен
ИТОГО	432

3.2 Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося			Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	В т.ч. 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 – 2.4, 2.9	Раздел 1. Организация и проведение экономической деятельности	81	54	26		27				
ПК 2.1, 2.2, 2.9	МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение									
ПК 2.3, 2.4, 2.9	МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	144	72	44		36		36		
ПК 2.5 – 2.8	Раздел 2. Организация и проведение маркетинговой деятельности									
ПК 2.5 – 2.8	МДК 02.03 Маркетинг	171	90	50		45		36		
ПК 2.1 – 2.9	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика	36							36	
	Всего:	432	216	120		108		72		

3.3 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	Виды компетенций, личностных результатов
1	2	3	4	5
Раздел 1. Организация и проведение экономической деятельности				
	МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение	54		
Тема 1.1. Предмет, цели и задачи МДК	Содержание учебного материала	2		
	Предмет, цели и задачи МДК. Межпредметные связи.	2	1	ОК 01-04 ПК 2.1, 2.2 ЛР 1-5
Тема 1.2. Финансы и финансовая система	Содержание учебного материала	4		
	Социально-экономическая сущность финансов, их функции. Финансовая система и ее состав. Общегосударственные финансы, их характеристика. Финансы хозяйствующих субъектов.	2	1	ОК 01-04, 07 ПК 2.1, 2.2, 2.9 ЛР 1-9
	Практическое занятие № 1.			
	Ознакомление со структурой доходов и расходов федерального бюджета. Анализ структуры государственного бюджета, источники финансирования	2	2	
Тема 1.3. Наличные и безналичные расчеты	Содержание учебного материала	6		
	Расчеты наличными. Безналичные расчеты, денежные переводы. Формы безналичных расчетов. Ответственность за несоблюдение правил расчетов с денежной наличностью	2	1	ОК 01-07, ПК 2.1, 2.2, 2.9
	Практическое занятие № 2.			
	Оформление расчетно-платежных документов.	2	2	ЛР 1-9, 13-15
	Практическое занятие № 3.			
	Решение практических ситуаций.	2	2	
Тема 1.4. Экономическая сущность налогов	Содержание учебного материала	2		
	Основы законодательства о налогах и сборах в Российской Федерации. Элементы налога и способы взимания налогов. Классификация налогов. Функции налогов и их взаимосвязь.	2	1	ОК 01-04, 06 ПК 2.1, 2.2, 2.9

Тема 1.5. НДС, общая характеристика, методика расчета	Содержание учебного материала			ЛР 1-5, 13-15
	Экономическая сущность налога. Налогоплательщики и объект налогообложения. Налоговая ставка. Налоговая база. Налоговый вычет. Порядок возмещения из бюджета. Налоговый период, порядок и сроки расчета и уплаты НДС.	4		ОК 01-04, 06 ПК 2.1, 2.2, 2.9 ЛР 1-5, 13-15
Тема 1.6. Налог на прибыль, понятие и порядок расчета	Практическое занятие № 4.	2	2	
	Расчет общей суммы налога на добавленную стоимость. Составление счета-фактуры, книги продаж и книги покупок. Расчет налогового вычета и сумм налога, подлежащего уплате в бюджет.	4		ОК 01-04, 06 ПК 2.1, 2.2, 2.9 ЛР 1-5, 13-15
Тема 1.7. НДФЛ, характеристика элементов и методология расчета	Содержание учебного материала	2	2	
	Экономическая сущность налога. Налогоплательщики налога. Объект налогообложения. Порядок признание доходов и расходов для целей налогообложения. Ставка и налоговая база. Налоговый период порядок и сроки расчета и уплаты налога на прибыль организаций. Перенос убытков на будущее.	4		ОК 01-04, 10 ПК 2.9 ЛР 1-5
Тема 1.8. Прочие федеральные налоги	Практическое занятие № 5.	2	2	
	Формирование доходов и расходов для целей налогообложения по налогу на прибыль организации. Расчет суммы налога, подлежащей уплате в бюджет. Перенос убытков на будущее.	4		
Тема 1.9. Транспортный налог Тема 1.10. Налог на имущество организаций	Содержание учебного материала	2	2	
	Расчет налога налоговым агентом, заполнение приложения № 1 к расчету сумм налога на доходы физических лиц, исчисленных и удержанных налоговым агентом по форме 6-НДФЛ. «Справка о доходах и суммах налога физического лица» в составе 6-НДФЛ как ежегодное приложение. Бланк и порядок заполнения утверждены Приказом ФНС от 15.10.2020 № ЕД-7-11/753@.	2		
Тема 1.9. Транспортный налог Тема 1.10. Налог на имущество организаций	Содержание учебного материала	2	2	
	Расчет имущественного и социального вычета.	4		ОК 01-04, 12 ПК 2.9 ЛР 1-5, 13-15
Тема 1.9. Транспортный налог Тема 1.10. Налог на имущество организаций	Содержание учебного материала	2	2	
	Расчет имущественного и социального вычета.	4		ОК 01-04, 06 ПК 2.9 ЛР 13-15
Тема 1.9. Транспортный налог Тема 1.10. Налог на имущество организаций	Практическое занятие № 6.	2	2	
	Расчет налога налоговым агентом, заполнение приложения № 1 к расчету сумм налога на доходы физических лиц, исчисленных и удержанных налоговым агентом по форме 6-НДФЛ. «Справка о доходах и суммах налога физического лица» в составе 6-НДФЛ как ежегодное приложение. Бланк и порядок заполнения утверждены Приказом ФНС от 15.10.2020 № ЕД-7-11/753@.	4		
Тема 1.9. Транспортный налог Тема 1.10. Налог на имущество организаций	Практическое занятие № 7.	2	2	
	Расчет имущественного и социального вычета.	4		
Тема 1.9. Транспортный налог Тема 1.10. Налог на имущество организаций	Практическое занятие № 7.	2	2	
	Расчет транспортного налога о ганизацией по различным вида : транспорта. Определение	4		

Тема 1.11. Местные налоги	налоговой базы и расчет налога на имущество организаций. Содержание учебного материала Практическое занятие № 8. Определение налоговой базы и расчет налога на землю и налога на имущество физических лиц.	2		ОК 01-04, 07 ПК 2.9 ЛР 1-5, 13-15
Тема 1.12. Упрощенная система налогообложения	Содержание учебного материала Экономическая сущность налога. Налогоплательщики, объект, ставки. Налоговая база, порядок расчета и уплаты. Практическое занятие № 9. Расчет налога при объекте «Доходы минус расходы». Расчет налога при объекте «Доходы». Содержание учебного материала Экономическая сущность налога. Налогоплательщики, объект, ставки. Налоговая база, порядок расчета и уплаты.	4 2	2 1	ОК 01-04, 06 ПК 2.9 ЛР 1-5, 13-15
Тема 1.13. Налог на профессиональный доход для самозанятых граждан	Практическое занятие № 10. Расчет налога на профессиональный доход для самозанятых граждан.	2	2	
Тема 1.14. Патентная система налогообложения	Содержание учебного материала Условия начала и прекращения патентной системы налогообложения. Ограничения на её применение. Налоговая ставка. Уплата налога. Практическое занятие № 11. Расчет патента.	4 2	1	ОК 01-04, 07 ПК 2.9 ЛР 13-15
Тема 1.15. Страховые взносы	Содержание учебного материала Глава 34 Налогового кодекса РФ. Учёт плательщиков страховых взносов. База для начисления страховых взносов. Тарифы страховых взносов от несчастных случаев и профессиональных заболеваний Практическое занятие № 12. Расчет взносов на пенсионное страхование. Практическое занятие № 13. Расчет взносов социального страхования. Расчет взносов на обязательное медицинское страхование. Зачет	2 2 2 2	2 1 2	ОК 01-04, 10 ПК 2.9 ЛР 1-5
	Самостоятельная работа при изучении МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение Систематическая проработка конспектов занятий, учебной нормативно-правовой и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформлении практических работ. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1. Методика расчетов основных видов налогов. Налоговый кодекс РФ	2 27		ОК 01-04, 06 ПК 2.9 ЛР 1-5

	2. Методики расчетов налога на доходы физических лиц.			
	3. Методики расчета, страховых взносов.			
	4. Методики расчеты транспортного налога.			
	5. Методики расчета налога на имущество.			
	6. Методика расчеты налога на прибыль организаций.			
	7. Методики расчета налога на добавленную стоимость.			
	8. Начало применение и прекращение УСН.			
	9. Налоговые декларации по налогам.			
	10. Составление графика уплаты налогов.			
	11. Направления использования СФР.			
	12. Заполнение расчетно-платежных документов.			
	13. Работа с нормативно-правовой программой «Гарант».			
	Всего по МДК 02.01	81		
	МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	72		
	Содержание учебного материала	4		
Тема 1.16. Методологические основы финансово-хозяйственной деятельности	1. Цели, задачи, методы, приемы, виды анализа финансово-хозяйственной деятельности.	2	1	ОК 1-4, 6,7,10,12 ПК 2.3, 2.9 ЛР 1,3,4,7
	2. Метод экономического анализа, его теоретические основы.			
	3. Классификация видов экономического анализа.			
	4. Приемы и способы экономического анализа.	2	1	
Тема 1.17. Информационное обеспечение, организация аналитической работы.	Содержание учебного материала	2		
	1. Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа.	2	1	ОК 1-4, 6,7,10,12 ПК 2.3, 2.9 ЛР 1,3,4,7
	2. Проверка достоверности и аналитическая обработка информации. 3. Организация аналитической работы. Резервы повышения эффективности хозяйствования.			
Тема 1.18. Анализ деятельности оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности	Содержание учебного материала	66		
	1. Значение и задачи анализа показателей оборота розничной торговли. Последовательность проведения анализа оборота розничной торговли. Источники информации, используемой для анализа, и ее подготовка к анализу. Анализ общего объема продаж. Анализ ритмичности и равномерности выполнения плана оборота розничной торговли. 2. Факторы, влияющие на объем продаж, методика их анализа: изменение цен и количества проданных товаров; численности населения, и продажи товаров на одного	2	1	ОК 1-4, 6,7,10,12 ПК 2.3, 2.9 ЛР 1,3,4,7

	<p>человека; изменения торговой сети и эффективности использования торговых площадей, обеспеченности рабочей силой и уровня производительности труда; обеспеченности товарными ресурсами.</p> <p>3. Анализ товарной структуры оборота розничной торговли</p> <p>Значение и задачи анализа товарных запасов. Методика анализа товарных запасов. Анализ оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы. Влияние оборачиваемости на финансовое положение торговых организаций.</p>	2	1	
	<p>4. Задачи анализа оборота оптовой торговли. Информационное обеспечение анализа оборота оптовой торговли. Методика анализа оборота оптовой торговли по общему объему и товарным группам. Особенности анализа товарных запасов и оборачиваемости в оптовом звене. Оперативный анализ поставки товаров.</p> <p>5. Оценка доходов и доходности в торговле. Факторы, влияющие на изменение суммы и уровня доходов в торговле. Пути повышения доходов.</p> <p>6. Изучение анализа прибыли и рентабельности в торговле. Основные факторы, влияющие на объем прибыли и ее уровень.</p> <p>7. Значение, задачи, информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Общая оценка финансового состояния.</p> <p>8. Анализ состава и структуры активов и пассивов.</p> <p>9. Расчет, анализ и оценка показателей финансовой устойчивости предприятия.</p> <p>10. Понятие ликвидности баланса, ликвидности активов и платежеспособности предприятия.</p> <p>11. Анализ деловой активности и рентабельности: основные критерии, анализ деловой активности, анализ рентабельности.</p>	2	1	<p>ОК 1-4, 6,7,10,12 ПК 2.3, 2.9 ЛР 1,3,4,7</p>
	<p>Практическое занятие № 1. Традиционные методы, используемые в процессе экономического анализа.</p>	2	2	
	<p>Практическое занятие № 2. Решение задач по анализу оборота розничной торговли по общему объему.</p>	2	2	
	<p>Практическое занятие № 3,4. Решение задач по расчету влияния факторов на объем продаж.</p>	4	2	<p>ОК 1-4, 6,7,10,12 ПК 2.3, 2.4, 2.9 ЛР 1,3,4,7</p>
	<p>Практическое занятие № 5,6. Решение задач по анализу оборота розничной торговли по ассортименту товаров</p>	4	2	
	<p>Практическое занятие № 7. Решение задач по анализу товарных запасов, оборачиваемости оборотных средств, вложенных в товарные запасы, товарного баланса.</p>	2	2	
	<p>Практическое занятие № 8. Решение задач по анализу оборота оптовой торговли по общему объему и товарным группам.</p>	2	2	

<p>Практическое занятие № 9. Решение задач по анализу товарных запасов, оборачиваемости оборотных средств, вложенных в товарные запасы, поступлению товаров в оптовую торговле.</p>	2	2	<p>ОК 1-4, 6,7,10,12 ПК 2.3, 2.4, 2.9 ЛР 1,3,4,7</p>
<p>Практическое занятие № 10. Изучение анализа издержек обращения по общему объему.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 11. Решение отдельных задач по анализу издержек обращения в торговле по общему объему. Расчет влияния факторов на изменение уровня издержек обращения.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 12. Основные факторы, влияющие на изменение суммы и уровня издержек обращения в торговле (изменение цен и тарифов на услуги, объема оборота и его структуры).</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 13. Решение задач на анализ издержек обращения по отдельным статьям по данным бухгалтерской отчетности Тверского облпотребсоюза.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 14. Решение отдельных задач по анализу доходов в торговле. Расчет влияния факторов на доходы в торговле.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 15. Изучение анализа прибыли и рентабельности в торговле. Расчет влияния факторов на прибыль и рентабельность в торговле.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 16. Решение задач по анализу прибыли и рентабельности в торговле по данным бухгалтерской отчетности Тверского облпотребсоюза.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 17. Оценка структуры и динамики имущества.</p>	2	2	<p>ОК 1-4, 6,7,10,12 ПК 2.3, 2.4, 2.9 ЛР 1,3,4,7</p>
<p>Практическое занятие № 18. Оценка состава и структуры хозяйственных средств предприятия. Оценка состава и структуры источников формирования имущества предприятия.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 19. Оценка финансовой устойчивости предприятия.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 20. Анализ ликвидности бухгалтерского баланса и оценка платежеспособности предприятия.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 21. Анализ деловой активности и рентабельности: основные критерии, анализ деловой активности, анализ рентабельности.</p>	2	2	
<p>Практическое занятие № 22. Анализ деловой активности и рентабельности: основные критерии, анализ деловой активности, анализ рентабельности.</p>	2	2	

Промежуточная аттестация – экзамен				
Самостоятельная работа при изучении МДК 02.02		36		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с конспектом и учебником. 2. Работа с учебником, конспектом, подготовка к тестированию по темам. 3. Решение ситуационных задач. 4. Работа над рефератом по теме: «История развития АФХД в России». <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сделать выводы по анализу оборота розничной торговли в ассортименте, дать рекомендации по улучшению структуры оборота; - Дать рекомендации по увеличению доходов и прибыли, повышению рентабельности; - Самостоятельное изучение вопроса: «Анализ показателей по труду и его оплате в торговле»; - Подготовить схему конспекта: «Финансовая оценка несостоятельности (банкротства) предприятий». 		36		ОК 1-4, 6,7,10,12 ПК 2.3, 2.4, 2.9 ЛР 1,3,4,7
Учебная практика				
Виды работ:				
Анализ оборота розничной торговли по общему объему.		2	3	
Анализ товарной структуры оборота розничной торговли.		4	3	
Анализ оборота оптовой торговли по общему объему.		2	3	
Анализ издержек обращения по общему объему и отдельным статьям		4	3	
Анализу доходов в торговле. Расчет влияния факторов на доходы в торговле		2	3	
Анализ прибыли и рентабельности в торговле. Расчет влияния факторов на прибыль и рентабельность в торговле.		4	3	
Оценка структуры и динамики имущества, источников средств организации.		4	3	
Анализ финансовой устойчивости организации.		4	3	
Анализ ликвидности баланса и платежеспособности организации.		4	3	
Анализ деловой активности и рентабельности.		4	3	
Зачет		2		
Всего по МДК 02.02		144		

Раздел 2. Организация и проведение маркетинговой деятельности		90		
Тема 2.1. Предмет, цели и задачи МДК	<p>МДК 02.03 Маркетинг</p> <p>Содержание учебного материала</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет МДК, его цели и задачи, структурно-логическая схема МДК. 2. Междисциплинарные связи с другими дисциплинами и МДК, значение МДК в подготовке менеджеров по продажам. 3. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, товар, обмен, рынок. Маркетинговая классификация рынков: рынок покупателя и рынок продавца. 	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 ЛР 1, 2, 4, 13
Тема 2.2. Концепции управления маркетингом, их отличительные особенности	<p>Содержание учебного материала</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные концепции управления маркетингом: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий, маркетинг, социально-этический маркетинг. 2. Социально-этический маркетинг как «философия» управления, его роль в деятельности современных коммерческих организаций. 	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1-15
Тема 2.3. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	<p>Содержание учебного материала</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цели и задачи маркетинга. 2. Структура маркетинговой деятельности и классический комплекс маркетинга (marketing mix): основные понятия. Ключевые элементы комплекса маркетинга: товар, цена, распространение, продвижение. 3. Классификация маркетинга. Виды маркетинга в зависимости от способа охвата рынка, от состояния спроса. 	2	1	ОК 1-4, 6, 7 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1, 2, 4, 7, 13
Тема 2.4. Сегментирование рынка	<p>Содержание учебного материала</p>	10		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные понятия: сегментирование, сегмент, целевая аудитория и рыночная ниша. Назначение сегментирования. 2. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, культурные, психографические, поведенческие. 3. Критерии выбора сегмента рынка: доступность и измеримость, существенность сегмента, прибыльность, конкуренция и совместимость с рынком основных конкурентов и др. 4. Позиционирование товара: понятие, цели и этапы позиционирования, условия грамотного позиционирования товара на рынке. <p>Практическое занятие № 1. Анализ критериев выбора сегмента рынка.</p>	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1-15
	<p>Практическое занятие № 1. Анализ критериев выбора сегмента рынка.</p>	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1-15
	<p>Практическое занятие № 2. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и выбор стратегии охвата рынка.</p>	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1-15

	<p>Практическое занятие № 3. Разработка маркетинговых мероприятий по освоению сегмента и позиционированию торгового предприятия.</p>	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1-15
<p>Тема 2.5. Объекты маркетинговой деятельности</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные объекты маркетинга: нужда, потребность, товар, спрос. Законы спроса и предложения. 2. Потребности как объект маркетинга. Классификация потребностей. Иерархия потребностей А. Маслоу. 3. Товар как объект маркетинга и средство удовлетворения потребностей. Три уровня товара. <p>Практическое занятие № 4. Определение видов потребностей в отдельных товарах.</p> <p>Практическое занятие № 5. Построение графиков спроса и предложения, расчет равновесной цены и равновесного объема по заданным функциям</p> <p>Практическое занятие № 6. Разработка маркетинговых мероприятий при различных видах спроса.</p>	8		
		2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10 ПК 2.5, 2.8 ЛР 1-14
<p>Тема 2.6. Субъекты маркетинговой деятельности</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные субъекты маркетинга: конечные потребители, организации-потребители, специалисты по маркетингу, оптовая и розничная торговля. 2. Маркетинговая служба предприятия, принципы построения, функции отдела маркетинга. 3. Потребители как субъект маркетинга, поведение потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Модель поведения потребителя. <p>Практическое занятие № 7. Разработка предложений по совершенствованию положения об отделе маркетинга, должностной инструкции маркетолога.</p> <p>Практическое занятие № 8. Определение типа построения организационной структуры маркетинговой службы.</p>	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.8 ЛР 1-14
		8	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.8 ЛР 1-14
		2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.8 ЛР 1-14

	Практическое занятие № 9. Определение вида потребителей и факторов, влияющих на их поведение.	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.8 ЛР 1-14
Тема 2.7. Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала	8		
	1. Окружающая среда маркетинга: понятие, факторы, формирующие окружающую среду. 2. Факторы микросреды, их характеристика. 3. Факторы макросреды, их характеристика.	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1-15
	Практическое занятие № 10. SWOT-анализ торгового предприятия.	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1-15
	Практическое занятие № 11. Решение ситуационных задач по определению рыночных возможностей и угроз.	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1-15
Тема 2.8. Конкурентная среда	Содержание учебного материала	8		
	1. Конкурентная среда: основные понятия, характерные черты. 2. Конкуренция, ее виды. Методы конкурентной борьбы. 3. Конкурентоспособность организаций и товаров. Показатели оценки конкурентоспособности.	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.7, 2.8 ЛР 1-14
	Практическое занятие № 12. Анализ конкурентной среды предприятия торговли.	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.7, 2.8 ЛР 1-14
	Практическое занятие № 13. Изучение и анализ конкурентных преимуществ отдельных товаров.	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.7, 2.8 ЛР 1-14

	Практическое занятие № 14. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности торгового предприятия.	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.7, 2.8 ЛР 1-14
Тема 2.9. Товар и товарная политика	Содержание учебного материала	6		
	1. Товар как средство удовлетворения потребностей: основные понятия, классификация. Товарная политика организации. 2. Основные этапы разработки товаров-новинок. 3. Жизненный цикл товаров (ЖЦТ): понятие, основные этапы, их характеристика.	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.7, 2.8 ЛР 1-14
	Практическое занятие № 15. Определение этапов жизненного цикла отдельных видов товаров.	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10 ПК 2.5, 2.8 ЛР 1-14
	Практическое занятие № 16. Анализ товарной политики розничного предприятия торговли.	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.7, 2.8 ЛР 1-14
Тема 2.10. Ценовая политика	Содержание учебного материала	10		
	1. Понятие и назначение цен в маркетинге. Ценовая политика организации. Классификация цен. Этапы ценообразования. 2. Методы ценообразования, их характеристика.	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.7, 2.8 ЛР 1-14
	3. Информационное обеспечение политики ценообразования. 4. Стратегии ценообразования.	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.7, 2.8 ЛР 1-14
	Практическое занятие № 17. Определение точки безубыточности.	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.8 ЛР 1-14
	Практическое занятие № 18. Решение задач по определению метода ценообразования.	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.8 ЛР 1-14

				2	2	ЛР 1-14 ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.8 ЛР 1-14
	Практическое занятие № 19. Определение стратегии ценообразования.			2	2	
Тема 2.11. Сбытовая политика	Содержание учебного материала			4		
	1. Сбытовая политика: основные понятия, цели и задачи, основные направления деятельности. 2. Каналы распределения товаров, их виды. 3. Типы торговых посредников, их характеристика.		1	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.8 ЛР 1-4, 13, 14
	Практическое занятие № 20. Анализ каналов распределения и системы сбыта торгового предприятия.		3	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.8 ЛР 1-4, 13, 14
Тема 2.12. Система и методы ФОССТИС	Содержание учебного материала			4		
	1. Система формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): понятие, цели и задачи мероприятий по ФОС и СТИС. 2. Методы ФОССТИС, их характеристика. Маркетинговые коммуникации: понятие, виды. Мероприятия ФОС: реклама, выставки, ярмарки, личные продажи, связи с общественностью (PR). 3. Мероприятия СТИС по отношению к посредникам, продавцам, покупателям.		1	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.6, 2.8 ЛР 1-4, 13, 14
	Практическое занятие № 21. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта для посредников, продавцов, покупателей (на примере розничного торгового предприятия).		2	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5, 2.6, 2.8 ЛР 1-4, 13, 14
Тема 2.13. Реклама	Содержание учебного материала			6		
	1. Реклама: основные понятия, цели и функции рекламы. 2. Виды рекламы по целям, объекту рекламирования, по месту и способу размещения. Специфические виды рекламы. 3. Оценка эффективности рекламной кампании: основные понятия, коммуникативная и экономическая эффективность, методы оценки эффективности рекламных акций и мероприятий.		1	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.6 ЛР 1-14
	Практическое занятие № 22. Составление плана проведения рекламной кампании.		3	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.6 ЛР 1-14
	Практическое занятие № 23. Оценка эффективности рекламы разных видов.		2	2	2	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12

				ПК 2.6 ЛР 1-14
Тема 2.14. Маркетинговые исследования и информация	Содержание учебного материала	6		
	<p>1. Понятие и состав системы маркетинговой информации.</p> <p>2. Маркетинговое исследование: понятие, цели и задачи.</p> <p>3. Методы маркетинговых исследований.</p> <p>4. Составление плана выборки и способы связи с аудиторией при проведении маркетингового исследования.</p>	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.7 ЛР 1-14
	<p>Практическое занятие № 24. Разработка анкеты для проведения маркетингового исследования.</p>	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.7 ЛР 1-14
	<p>Практическое занятие № 25. Анализ результатов исследования потребителей рынка отдельных видов товаров и услуг.</p>	2	3	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.7 ЛР 1-14
Тема 2.15. Управление маркетинговой деятельностью и стратегия маркетинга	<p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Управление маркетингом: понятие, цели и задачи, основные этапы процесса управления маркетингом. Маркетинг как философия ведения бизнеса в современных условиях.</p> <p>2. Стратегический маркетинг: основные понятия, структура маркетинговой стратегии.</p> <p>3. Роль стратегического маркетинга в деятельности организаций. Стратегическое планирование.</p>	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5-2.8 ЛР 1-14
Тема 2.16. Современные маркетинговые технологии и методы продаж	Содержание учебного материала	4		
	<p>1. Развитие современного маркетинга. Современные технологии в области маркетинга.</p> <p>2. Интернет-маркетинг и диджитал-маркетинг: понятие, значение, основные преимущества.</p>	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5-2.8 ЛР 1-14
	<p>3. Современные методы и техники продаж: виды, значение в деятельности торговых организаций.</p>	2	1	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5-2.8 ЛР 1-14
Промежуточная аттестация – экзамен				
Самостоятельная работа обучающегося при изучении МДК 02.03		45		ПК 2.5-2.8

<p>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с конспектами занятий, учебной и специальной литературой, ответы на вопросы для самоконтроля. 2. Изучение нормативных документов. 3. Подготовка к контролю знаний по темам МДК 02.03, практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, конспектов лекций, учебной и специальной литературы, компьютерной техники и интернет-ресурсов. 4. Решение ситуационных и расчетных задач. 5. Подготовка презентаций по темам «Современные маркетинговые технологии», «Современные техники и методы продаж». 6. Составление тематических кроссвордов. 7. Подготовка докладов по темам: «История развития маркетинга», «Концепции управления маркетингом». 8. Графическое представление материалов лекций в виде схем, рисунков, таблиц. 		ОК 1-4, 6, 7, 10,12 ЛР 1-15
Учебная практика	36	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8 ЛР 1-15
Виды работ:		
1. Разработка маркетинговых мероприятий в зависимости от состояния спроса на товары.	2	3
2. Решение ситуационных задач по выбору критериев и признаков сегментирования рынка.	2	3
3. Решение ситуационных задач по определению потребностей потребителей.	2	3
4. Решение ситуационных задач по определению уровня товара.	2	3
5. Определение типа построения маркетинговой службы.	2	3
6. Решение ситуационных задач по определению групп потребителей торгового предприятия.	2	3
7. Решение ситуационных задач по анализу факторов микросреды.	2	3
8. Решение ситуационных задач по анализу факторов макросреды.	2	3
9. Решение задач по определению емкости рынка, доли рынка.	2	3
10. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности торгового предприятия.	2	3
11. Решение ситуационных задач по определению этапа ЖЦТ.	2	3
12. Решение задач по определению розничной цены.	2	3
13. Решение задач по определению предельной цены, безубыточной цены, целевой цены.	2	3
14. Анализ каналов распределения для отдельных видов товара.	2	3
15. Разработка комплекса мероприятий по стимулированию сбыта.	2	3
16. Разработка мероприятий и выбор рекламных средств для проведения рекламной кампании.	2	3
17. Разработка вопросов анкеты для проведения маркетингового исследования.	2	3
Зачет	2	
Всего по МДК 02.03	171	
Производственная практика	36	ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5 – 2.8
Виды работ:		

1. Оформление финансовых документов и отчетов, проведение денежных расчетов, расчет основных налогов.	6	ЛР 1-15
2. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия.	12	
3. Анализ маркетинговой среды предприятия, реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка.	6	
4. Выявление потребностей (спроса) на товары.	6	
5. Участие в проведении рекламных акций и компаний, других маркетинговых коммуникаций.	6	
Всего по ПМ.02	432	

4. Условия реализации программы профессионального модуля

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы модуля требуется наличие учебного кабинета.
Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству студентов;
- рабочее место преподавателя;
- основная учебная литература;
- нормативные документы;
- наглядные пособия;
- технические средства обучения: компьютеры с выходом в сеть Интернет, проектор, экран (стационарные или переносные);
- задания по практическим работам;
- доска ученическая;
- ОС семейства Windows.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Нормативно-правовые акты:

1. **Российская Федерация. Законы.** Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федеральный закон : [принят Государственной Думой 08 июля 2006 года : одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года]. – Текст : электронный // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [сайт] – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/
2. **Российская Федерация. Законы.** О рекламе : Федеральный закон : [принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года : одобрен Советом Федерации 03 марта 2006 года]. – Текст : электронный // КонсультантПлюс: справочно-правовая система [сайт] – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

Основная литература:

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/513628>
2. Губин В.Е., Губина О.В. «Анализ финансово – хозяйственной деятельности», 2-е издание, Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2021. – 335 с.
3. Губин В.Е., Губина О.В. «Анализ финансово – хозяйственной деятельности», 3-е издание. – Практикум – Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2021. – 191 с.
4. Екимова, К. В. Финансовый менеджмент: учебник для СПО / К. В. Екимова, И. П. Савельева, К. В. Кардапольцев. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 381 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03698-5.
5. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/487560>

6. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/513691>
7. Кулагина, Н. А. Практический курс анализа хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 135 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16971-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/532130>
8. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 358 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16513-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/531210>
9. Михайленко, М. Н. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для СПО / М. Н. Михайленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 336 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00927-9.
10. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/510420>
11. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/511681>
12. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/511695>
13. Рогова, Е. М. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для СПО / Е. М. Рогова, Е. А. Ткаченко. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2020. — 540 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01522-5.
14. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12516-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/518996>
15. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для СПО / Д. В. Бураков [и др.] ; под ред. Д. В. Буракова. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 329 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00812-8.
16. Чалдаева, Л. А. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник для СПО / А. В. Дыдыкин; под ред. Л. А. Чалдаевой. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2021. — 381 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02963-5.
17. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина, К. В. Голубничий. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16888-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/531980>

Дополнительная литература:

1. Астахова, Н. И. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15997-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/523607>

2. Банковское дело в 2 ч. Часть 1 : учебник для среднего профессионального образования / Н. Н. Мартыненко, О. М. Маркова, О. С. Рудакова, Н. В. Сергеева ; под редакцией Н. Н. Мартыненко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09422-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/513137>

3. Банковское дело в 2 ч. Часть 2 : учебник для среднего профессионального образования / Н. Н. Мартыненко, О. М. Маркова, О. С. Рудакова, Н. В. Сергеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 368 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08471-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/513138>

4. Банковское дело в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Боровкова [и др.] ; под редакцией В. А. Боровковой. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 189 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15310-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/513307>

5. Барышникова, Н. А. Экономика организации : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Барышникова, Т. А. Матеуш, М. Г. Миронов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 184 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12885-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/510423>

6. Борисов, Е. Ф. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/511554>

7. Бухгалтерский финансовый учет : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Бухарева [и др.] ; под редакцией И. М. Дмитриевой, В. Б. Малицкой, Ю. К. Харакоз. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 524 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16577-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/531315>

8. Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02049-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/511558>

9. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/519431>

10. Захаров, И. В. Бухгалтерский учет и анализ : учебник для среднего профессионального образования / И. В. Захаров, О. Н. Тарасова ; под редакцией И. М. Дмитриевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 415 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16613-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/531377>

11. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/513792>

12. Информационные технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 1 : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.] ; под редакцией

В. В. Трофимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 269 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09137-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/517145>

13. Информационные технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 2 : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.] ; под редакцией В. В. Трофимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 245 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09139-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/517146>

14. История экономики : учебник для среднего профессионального образования / О. Д. Кузнецова, И. Н. Шапкин, А. С. Квасов, Л. И. Пермякова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04406-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/514110>

15. Казакова, Н. А. Аудит : учебник для среднего профессионального образования / Н. А. Казакова, Е. И. Ефремова ; под общей редакцией Н. А. Казаковой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15487-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/511573>

16. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/511785>

17. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/516114>

18. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/513759>

19. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/511964>

20. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14377-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/511781>

21. Менеджмент в образовании : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. Ю. Трапицын [и др.] ; под редакцией С. Ю. Трапицына. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 478 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14375-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/519137>

22. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/513559>

23. Поликарпова, Т. И. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. И. Поликарпова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 254 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07771-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/514513>

24. Поляков, В. А. Реклама : разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. —

- Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/517937>
25. Проданова, Н. А. Основы бухгалтерского учета для малого бизнеса : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Проданова, Е. И. Зацаринная ; ответственный редактор Е. И. Зацаринная. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 220 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15783-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/509695>
26. Рассохина, Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 210 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12302-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/518065>
27. Румянцева, Е. Е. Экономический анализ : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Румянцева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 533 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16802-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/531724>
28. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/517793>
29. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/511938>
30. Спиридонова, Е. А. Основы инновационной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 298 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12097-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/518736>
31. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/520553>
32. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/507803>
33. Фомин, В. И. Менеджмент: информационный бизнес : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 243 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11623-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/518498>
34. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08096-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/515861>
35. Экономическая информатика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. Д. Романова [и др.] ; под редакцией Ю. Д. Романовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13400-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/519520>
36. Ямпольская, Д. О. Цены и ценообразование : учебник для среднего профессионального образования / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11933-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/517526>

Интернет-ресурсы:

1. Гарант: информационно-правовой портал [сайт]. – URL: <http://www.garant.ru>. – Текст : электронный.
2. КонсультантПлюс: справочно-правовая система [сайт]. – URL: <https://www.consultant.ru>. – Текст : электронный.
3. Федеральная налоговая служба России [сайт]. – URL: <https://www.nalog.gov.ru/>. – Текст : электронный.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Образовательная организация, реализующая подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации. В процессе изучения междисциплинарного курса модуля проводится текущий контроль. По окончании изучения МДК обучающиеся приступают к практике (учебной или по профилю специальности). В ходе практики осуществляется текущий контроль. Аттестация по итогам производственной практики проводится на основании характеристики с места практики, дневника-отчета по практике, предоставленных обучающимся руководителю практики от образовательной организации.

По окончании освоения ПМ обучающиеся сдают экзамен (квалификационный), по результатам которого определяется их готовность к выполнению вида профессиональной деятельности. Для осуществления текущего и промежуточного контроля освоения профессионального модуля создаются контрольно-оценочные средства, позволяющие оценить уровень освоения компетенций.

Формы и методы контроля и оценки освоения профессиональных и общих компетенций представлены в таблице.

<p align="center">Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)</p> <p align="center">1</p>	<p align="center">Основные показатели оценки результата</p> <p align="center">2</p>	<p align="center">Формы и методы контроля и оценки</p>
<p>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.</p> <p>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p> <p>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</p> <p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.</p> <p>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</p> <p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</p> <p>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p> <p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных</p>	<p>практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформления финансовых документов и отчетов; - проведения денежных расчетов; - расчета основных налогов; - анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; - выявления потребностей (спроса) на товары; - реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; - участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; - анализа маркетинговой среды организации; <p>умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять финансовые документы и отчеты; - осуществлять денежные расчеты; - пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулируемыми механизмом и порядок налогообложения; - рассчитывать основные налоги; - анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; 	<ul style="list-style-type: none"> - текущий, промежуточный контроль и оценка; - выполнение практических заданий; - проведение опросов по темам МДК; - решение расчетных и ситуационных задач; - самостоятельная работа; - решение профессиональных задач в ходе учебной и производственной практики.

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	1	2	Формы и методы контроля и оценки
<p>обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p> <p>ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.</p> <p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.</p> <p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а</p>	<p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа; - выявлять, формировать и удовлетворять потребности; - обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; - проводить маркетинговые исследования рынка; - оценивать конкурентоспособность товаров; <p>знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущности, функций и роли финансов в экономике, сущности и функций денег, денежного обращения; - финансирования и денежно-кредитной политики, финансового планирования и методов финансового контроля; - основных положений налогового законодательства; - функций и классификации налогов; - организации налоговой службы; - методики расчета основных видов налогов; - методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды, информационное 		

Результаты (соответствие профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p style="text-align: center;">1</p> <p>анализ, разработка стандартов, технических условий.</p>	<p style="text-align: center;">2</p> <p>обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; - средств: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; - методов изучения рынка, анализа окружающей среды; - конкурентной среды, видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности; - этапов маркетинговых исследований, их результата; управления маркетингом. 	

Преподаватели:

 Г.А. Вешкина

 Н.А. Сержантова

 Т.В. Соколова