

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гнатюк Сергей Иванович  
Должность: Первый проректор  
Дата подписания: 19.08.2025 11:08:39  
Уникальный программный ключ:  
5ede28fe5b714e680817c5c132d4ba70176b4422

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Филиал «Славяносербский техникум» федерального государственного бюджетного  
Образовательного учреждения высшего образования  
«Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова»  
(Славяносербский техникум ЛГАУ)



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И**  
**МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Специальность 38.02.04 – Коммерция (по отраслям)

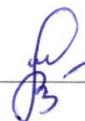
Основная профессиональная образовательная программа среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена разработана на основании государственного образовательного стандарта по специальности 38.02.04 Коммерция(по отраслям) утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.05.2014 г. № 539, зарегистрированного приказом Министерства юстиции Российской Федерации от 25 июня 2014 г № 32855, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление

Организация – разработчик: филиал «Славяносербский техникум» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова»

Разработчики: преподаватель общепрофессиональных дисциплин Анохина О.Н., преподаватель общепрофессиональных дисциплин Ляпустина В.Ю.

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии бухгалтерско-экономических дисциплин протокол № 1 от 29 августа 2024г.

Председатель цикловой комиссии \_\_\_\_\_ Н.И. Шварёва



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>7</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>19</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>20</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности: Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, а также общих и профессиональных компетенций.

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, проявление к ней устойчивого интереса
ОК 2	Организация собственной деятельности, выбор типовых методов и способов выполнения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества
ОК 3	Принятие решений в стандартных и нестандартных ситуациях и умение нести за них ответственность
ОК 4	Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 6	Умение работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Самостоятельное определение задач профессионального и личностного развития, самообразование, осознанное планирование повышения квалификации
ОК 10	Умение логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 12	Соблюдение действующего законодательства и обязательные требования нормативных документов а также требований стандартов, технических условий

#### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации
ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем
ПК.2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов
ПК.2.4	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату
ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт

	товаров
ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
ПК 2.7	Участвовать в проведении маркетинговых исследованиях рынка, разработка и реализация маркетинговых исследований
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 приёмы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчёты с покупателями, составлять финансовые документы и отчёты

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оформления финансовых документов и отчетов;</li> <li>- Проведения денежных расчетов;</li> <li>- Расчета основных налогов;</li> <li>- Анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;</li> <li>- Выявления потребностей (спроса) на товары;</li> <li>- Реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</li> <li>- Участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- Анализа маркетинговой среды организации;</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Составлять финансовые документы и отчеты;</li> <li>- Осуществлять денежные расчеты;</li> <li>- Пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;</li> <li>- Рассчитывать основные налоги;</li> <li>- Анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;</li> <li>- Применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;</li> <li>- Выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</li> <li>- Обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- Проводить маркетинговые исследования рынка;</li> <li>- Оценивать конкурентоспособность товаров;</li> <li>- Определять виды финансовых инструментов;</li> <li>- Рассчитывать ссудные проценты;</li> <li>- Рассчитывать страховые взносы в ПФРФ, ФФОМС, ФСС;</li> <li>- Прогнозировать финансовые результаты;</li> <li>- Определять жизненный цикл товаров;</li> <li>- Планировать рекламную кампанию;</li> <li>- Создавать рекламные тексты, рекламные плакаты.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сущность, функции роль финансов в экономике, сущности функции денег, денежного обращения;</li> <li>- Финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Основные положения налогового законодательства; функции и классификацию налогов;</li> <li>- Организацию налоговой службы; методику расчета основных видов налогов;</li> <li>- Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды;</li> <li>- Информационное обеспечение, организацию аналитической работы</li> <li>- Анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;</li> <li>- Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> <li>- Средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>- Конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> <li>- Этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.</li> </ul>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов – 312

в том числе в форме практической подготовки – 258 часов

Из них на освоение МДК – 236 часа

в том числе самостоятельная работа *4 часа*

практики, в том числе учебная – 36 часа

производственная – 36 часов

Промежуточная аттестация

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. 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	
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
ПК2.1-2.4	Раздел1. Финансы, налоги и налогообложение	120	118	60	2	-	-	-	
ПК2.9	Раздел2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	50	50	26	-	-	36	-	
ПК2.5-2.8	Раздел3. Маркетинг	70	68	32	2	-	-	-	
ПК2.1-2.9	Учебная практика, часов	36							36
ПК2.1-2.9	Производственная практика, часов	36							
	<b>Всего:</b>	<b>312</b>	<b>306</b>	<b>188</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>72</b>		

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование раздела в профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся,	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
1	2	3
Раздел1.Финансы, налоги и налогообложение		120
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение		120
Тема 1.1. Сущность финансов, финансовая система и финансовая политика	<p><b>Содержание учебного материала</b>            Сущность, функции финансов и их роль вэкономике.            Структура финансов. Финансовые потоки и их взаимосвязь.            Структура финансовой системы.            Органы управления финансовойсистемой.            Финансовая политика, ее задачи и содержание. Финансовый механизм, его структура и роль в реализации финансовой политики.</p>	10
	<b>В том числе практические занятия</b>	4
Тема1.2. Государственные финансы. Финансы и финансовая система РФ	<p><b>Содержание учебного материала</b>            Понятие, основные звенья, социально-экономическая сущность государственных финансов.            Финансовая система РФ.            Управление финансами и финансовая политика.            Государственный бюджет,структура доходов бюджета.Состав и структура расходов бюджета. Сущность налогов и их роль в формировании бюджета.            Использование фондов социального обеспечения граждан.            Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, система фондов обязательного медицинского страхования РФ</p>	10
	<b>В том числе практические занятия</b>	4
Тема 1.3. Финансы	<b>Содержание учебного материала</b>	16



<b>организаций различных форм собственности</b>	Сущность и функции финансов организаций. Управление финансовой деятельностью организаций. Основные принципы и факторы, влияющие на организацию финансов. Особенности формирования финансовых ресурсов организаций различных форм собственности. Финансы и движение основного и оборотного капитала организации. Источники финансирования капитальных вложений	
	<b>В том числе практические занятия</b>	<b>10</b>
	Ссудный кредит. Простые ссудные проценты. Сложные ссудные проценты. Расчет показателей эффективности использования основного и оборотного капитала	
<b>Тема1.4.Страхование</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Сущность и функции страхования. Классификация и виды страхования. Рынок страховых услуг и его структура	<b>8</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Социальный фонд РФ. Федеральный фонд обязательного медицинского страхования. Расчет страховых взносов во внебюджетные фонды РФ.	
<b>Тема1.5.Финансовый контроль</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Финансовый контроль, формы и методы его проведения. Виды финансового контроля	<b>2</b>
<b>Тема1.6. Современная банковская и кредитная системы.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Банковская система РФ, ее структура. Функции и задачи системы. Коммерческий банк.Функции и операции коммерческих банков. Депозитные операции коммерческих банков Сущность, функции и формы кредита. Принципы кредитования. Кредитные операции коммерческих банков	<b>14</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Оформление банковских расчетно-кассовых документов Решение ситуационных задач по теме	<b>6</b>
<b>Тема1.7.Рынок ценных бумаг</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие и задачи рынка ценных бумаг, функции и виды рынка ценных бумаг. Понятие фондовой биржи, функции, участники фондовой биржи. Виды	<b>8</b>

	ценных бумаг.	
	<b>В том числе практические занятия</b> Ценные бумаги.	<b>4</b>
<b>Тема 1.8 Инвестиции и инвестиционная политика</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие и виды инвестиций. Источники и методы финансирования капитальных вложений. Краткосрочное и долгосрочное финансирование и кредитование, их принципы. Показатели эффективности инвестиционных проектов: их характеристика и методика расчета.	<b>6</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Расчет показателей эффективности инвестиционных проектов	<b>2</b>
<b>Тема1.9. Валютная система и международные финансовые отношения</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Валюта. Валютный курс. Валютная система. Национальная, мировая и международная валютные системы. Особенности валютной системы РФ. Международные финансовые отношения	<b>2</b>
<b>Тема1.10. Федеральные налоги</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятие, элементы, функции и классификация налогов. Налоговая нагрузка. Экономическая сущность. Налогоплательщики Объект налогообложения и формирование налоговой базы. Ставки налогов и порядок определения налоговой базы. Акцизный налог, НДС, налог на прибыль. Системы налоговых вычетов и их применение. Сроки уплаты. Налоговая отчетность	<b>18</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Решение задач по расчету налога на добавленную стоимость и акцизов. Решение задач по расчету налога на прибыль	<b>10</b>
<b>Тема1.12. Местные налоги</b>	Экономическая сущность. Налогоплательщики Объект налогообложения формирование налоговой базы. Ставки налога. Налоговый и отчетный период. Налоговые вычеты: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные. Сроки уплаты. Налоговая отчетность.	<b>6</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Решение задач по расчету налога на доход с физических лиц	<b>4</b>

	Решение задач по расчету налога на имущество физических лиц.	
<b>Тема 1.13. Специальные налоговые режимы</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Экономическое содержание. Законодательная база. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая ставка. Налоговый и отчетный период. Сроки уплаты.	<b>8</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Решение задач по расчету налогов в связи с применением специальных налоговых режимов. Решение задач по расчету налогов в связи с применением специальных налоговых режимов.	<b>4</b>
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ.02</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. Решение задач.		<b>2</b>
<b>Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>		<b>50</b>
<b>МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>		
<b>Тема 2.1 Экономический анализ: научные основы, предмет и задачи, методы и приемы</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Научные основы экономического анализа и его значение в условиях рыночной экономики. Предмет и задачи экономического анализа.	<b>2</b>
<b>Тема 2.2 Анализ и управление объемом производства и продаж</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Анализ объема продаж. Анализ выпуска продукции. Основные источники информации для проведения анализа. Анализ обновления и качества продукции. Анализ ритмичности производства.	<b>4</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Расчет и анализ показателей объема производства и реализации продукции.	<b>2</b>
<b>Тема 2.3 Анализ технико-организационного уровня производства.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Сущность и основные показатели технико-организационного уровня производства. Анализ технической оснащенности производства, оценка технического уровня и возрастного состава фондов.	<b>2</b>
<b>Тема 2.4 Анализ обеспеченности</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Анализ трудовых показателей. Анализ	<b>6</b>

<b>предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования</b>	численности и структуры персонала предприятия и его структурных подразделений.	
	<b>В том числе практические занятия</b> Анализ показателей по труду и оплате труда в организации	<b>4</b>
<b>Тема 2.5 Анализ обеспеченности предприятия основными фондами и эффективности их использования</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Анализ использования производственной мощности. Анализ обеспеченности предприятия основными фондами. Структура основных фондов. Анализ технического состояния основных фондов. Анализ использования основных фондов. Анализ фондоотдачи	<b>4</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Анализ динамики, структуры и показателей эффективности использования основных фондов	<b>2</b>
<b>Тема 2.6 Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами и их использование</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Анализ материально-технического обеспечения. Показатели использования материальных ресурсов. Оценка эффективности использования материальных ресурсов по показателям материалоотдачи, материалоемкости. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость	<b>4</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Оценка эффективности использования материальных ресурсов. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость продукции.	<b>2</b>
<b>Тема 2.7 Анализ оборота розничной торговли</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Анализ структуры оборота розничной торговли. Анализ оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы. Комплексный анализ показателей оборота розничной торговли. Анализ розничной торговли сети	<b>6</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Анализ показателей оборота розничной торговли	<b>2</b>
<b>Тема 2.8 Анализ оборота оптовой торговли</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Методика и особенность анализа оборота оптовой торговли по общему объему и товарным группам. Анализ поступления товаров в оптовом звене	<b>2</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Анализ показателей оборота оптовой	<b>2</b>

	торговли	
<b>Тема 2.9 Анализ финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Анализ прибыли предприятия. Анализ финансовых результатов. Анализ прочих доходов и расходов. Показатели рентабельности. Анализ рентабельности продукции, предприятия и капитала	<b>6</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Анализ показателей прибыли и рентабельности	<b>4</b>
<b>Тема 2.10 Анализ финансового состояния предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Задачи анализа финансового состояния и основные источники информации. Технический и Вертикальный и горизонтальный анализ. Общая оценка структуры имущества организации его источников по данным баланса. Результаты общей оценки структуры активов и их источников по данным баланса. Анализ ликвидности бухгалтерского баланса. Анализ платежеспособности предприятия. Критерии оценки несостоятельности (банкротства) организаций. Анализ показателей финансовой устойчивости предприятия. Общая оценка деловой активности организации.	<b>8</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Решение задач. Оценка имущественного и финансового положения предприятия. Расчет, анализ и оценка показателей ликвидности и платежеспособности предприятия. Оценка финансовой устойчивости предприятия.	<b>4</b>
<b>Тема 2.11 Анализ себестоимости продукции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>
	<b>В том числе практические занятия</b> Анализ себестоимости продукции по экономическим элементам, статьям затрат, анализ затрат на 1 рубль продукции	<b>4</b>
<b>Раздел 3. Маркетинг</b>		<b>70</b>
<b>МДК.02.03. Маркетинг</b>		
<b>Раздел 1. Методологические основы маркетинга</b>		<b>16</b>

<b>Введение</b>	<b>Содержание учебного материала</b> История возникновения и основные этапы маркетинга. Значение маркетинга в подготовке менеджеров по продажам. Межпредметные связи с другими дисциплинами	<b>2</b>
<b>Тема 1.1 Предмет, цели задачи дисциплины</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Функции и принципы маркетинга	<b>2</b>
<b>Тема 1.2 Концепции развития рыночных отношений</b>	<b>Содержание учебного материала</b> История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Основные концепции рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга	<b>2</b>
<b>Тема 1.3 Структура маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Структура маркетинговой деятельности. Классификация маркетинга (виды). Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребителю-ориентированный и интегрированный	<b>2</b>
<b>Тема 1.4 Сегментирование рынка</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Основные понятия: сегмент; сегментирование и ниша рынка. Назначение и признаки сегментирования потребительского рынка. Цели и принципы сегментации. Критерии выбора сегмента рынка: доступность сегмента для предприятия; существенность сегмента; совместимость с рынком основных конкурентов; эффективность работы на выбранный сегмент рынка; защищённость выбранного сегмента от конкуренции.	<b>8</b>

	Отбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара: понятие, назначение, способы, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров	
	<b>В том числе практические занятия</b> Отбор целевых сегментов рынка	<b>4</b>
<b>Раздел2.Практический маркетинг</b>		<b>52</b>
<b>Тема2.1 Объекты Маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность Виды спроса, их краткая характеристика. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий. Выявление потребностей (спроса) на товар	<b>6</b>
	<b>Практические занятия</b> Объекты маркетинга	<b>4</b>
<b>Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание</b> Основные субъекты маркетинговой деятельности. Классификация участников деятельности на две группы: первая - выполняющих маркетинговую деятельность и вторая – контактирующих с маркетологами при выполнении маркетинговой деятельности. Потребители, классификация потребителей. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение. Этапы принятия решения о покупке. Модель покупательского поведения. Модель покупательского поведения.	<b>8</b>
	<b>Практические занятия</b> Покупательское поведение потребителей	<b>4</b>
<b>Тема2.3 Окружающая среда маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b> Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда организации: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду	<b>6</b>

	<p>организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. Макросреда и конъюнктура рынка.</p>	
	<p><b>В том числе практические занятия</b>  Микросреда (внутренняя) среда организации  Макросреда (внешняя) среда организации</p>	<b>4</b>
<b>Тема2.4 Конкурентная среда</b>	<p><b>Содержание учебного материала</b>  Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения. Параметры, характеризующие конкурентоспособность.</p>	<b>6</b>
	<p><b>Практические занятия</b>  Конкурентная среда. Определение вида конкуренции по характерным признакам</p>	<b>4</b>
<b>Тема2.5 Реклама</b>	<p><b>Содержание учебного материала</b>  Реклама: понятие, назначение. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. Виды рекламы. Цели, задачи и функции рекламы. Реклама в интернете: целевая аудитория Рунета, доля рекламы в интернете от общей суммы рекламных расходов, важнейшие аспекты, характеризующие сеть как пространство. Наиболее известные сетевые ресурсы среди порталов и поисковиков</p>	<b>6</b>
	<p><b>В том числе практические занятия</b>  Составить рекламное объявление товара, организации или услуги</p>	<b>4</b>
<b>Тема2.6 Средства</b>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p>	<b>6</b>



<b>маркетинга</b>	<p>Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства распространения, средства стимулирования. Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика.</p> <p>Маркетинговое понятие товара. Товар как</p> <p>Жизненный цикл товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Разработка новых товаров (продукции) в организациях Упаковка и маркировка товаров.</p>	
	<p><b>В том числе практические занятия</b> Средства маркетинга</p>	<b>4</b>
<b>Тема2.7 Ценовая политика</b>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Основные понятия: цена; ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначения цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Методика расчёта исходной цены.</p> <p>Стратегии ценообразования. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий. Внешние факторы, влияющие на ценообразование.</p>	<b>6</b>
	<p><b>В том числе практические занятия</b> Установление цены и зделия с помощью различных методов ценообразования</p>	<b>4</b>
<b>Тема2.8 Средства распространения товаров</b>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Основные понятия: сбыт; распределение; реализация товаров; сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, деления, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на</p>	<b>2</b>

	выбор посредников.	
<b>Тема2.9 Методы маркетинга</b>	<p><b>Содержание учебного материала</b>  Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): виды, назначение. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, паблик рилейшнз; возможности, достоинства и недостатки</p>	<b>2</b>
<b>Тема2.10 Маркетинговые исследования рынка</b>	<p><b>Содержание учебного материала</b>  Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. типы информации. Методы сбора первичной маркетинговой информации. Анкета как одна из составляющих экспертного опроса. Основные блоки анкеты: преамбула, паспортчика, «рыба», детектор. Основные классы анкетных вопросов. Разработка анкеты.</p>	<b>2</b>
<b>Тема 2.11 Стратегия и планирование маркетинга</b>	<p><b>Содержание учебного материала</b>  Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ</p>	<b>2</b>
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела МДК02.03 Маркетинг</b>	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации.	<b>2</b>

Выполнение самостоятельной работы с предварительным сбором информации	
<b>Учебная практика Виды работ</b> 1. Оформление финансовых документов и отчетов 2. Проведение денежных расчетов 3. Расчет основных налогов 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности 5. Анализ маркетинговой среды организации. Выявление потребностей (спроса) на товары 6. Разработка маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой, разработка рекламных акций и кампаний	<b>36</b>
<b>Производственная практика–(по профилю специальности) Виды работ</b> 1. Оформление финансовых документов и отчетов 2. Проведение денежных расчетов 3. Расчет основных налогов 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности 5. Анализ маркетинговой среды организации. Выявление потребностей (спроса) на товары 6. Разработка маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой, разработка рекламных акций и кампаний	<b>36</b>
<b>Всего</b>	<b>312</b>

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинеты организации коммерческой деятельности и логистики, междисциплинарных курсов; лаборатории технического оснащения торговых организаций и охраны труда, оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 основной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.3 основной образовательной программы по специальности.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен другими изданиями.

##### 3.2.1. Основные источники:

1. Грибанова, И.В. Организация и технология торговли: учебное пособие /И.В. Грибанова, Н.В. Смирнова. -4-е изд., стер. - Минск: РИПО, 2016. - 204 с.: схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-985-503-549-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463609>
2. Иванов, Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник /Иванов Г.Г. — Москва: КноРус, 2018. — 222 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-05879-4. — URL: <https://book.ru/book/924195>
3. Организация и технология торговли: учеб. пособие для студ. учреждений СПО

- [З.В.Отскочная,Ю.А.Наплекова,И.И.Чуева,О.Н.Дегтярь.]-4-изд.,стенр.–М.: Издательский центр «Академия», 2014.– 192 с.
4. Памбухчиянц,О.В.Организациякоммерческой деятельности:учебник
  5. /О.В. Памбухчиянц. - Москва : Дашков и Ко, 2016. - 272 с. - ISBN 978-5-394- 02186-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230049>
  6. Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности: учебник /О.В. Памбухчиянц. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 284с.:табл.-(Среднепрофессиональноеобразование).-ISBN978-5-394-02270-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452588>
  7. Памбухчиянц, О.В. Организация торговли: учебник /О.В. Памбухчиянц. - Москва: ДашковиКо,2015.-294с.-(Среднепрофессиональноеобразование).- ISBN978- 5-394-02189-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221305>

### 3.2.2. Дополнительные источники:

- 1.Управление структурным подразделением организации в сфере торговли и коммерции: учебник для студ. учреждений СПО /Н.П. Мусалов, Е.Н Щербакова.- М.: Издательский центр «Академия», 2014.– 208 с.
- 2.Солопова, В. А. Охрана труда [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО /В. А. Солопова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Профобразование, 2019.—125с.—978-5-4488-0353-6.—Режимдоступа: <http://www.iprbookshop.ru/86204.html>

### 3.2.3. Интернет-ресурсы

- 1.ЭБС «Лань»-<https://e.lanbook.com/>
- 2.ЭБСIPRbooks-<http://www.iprbookshop.ru/>
- 3.ЭБС«BOOK.ru»-<http://www.book.ru/>

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК1.1.Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции	Демонстрировать умения в установлении коммерческих связей, заключении договоров и контроля их выполнения	Оценка при выполнении практических заданий на экзамене (квалификационном).
ПК 1.2.На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные	Демонстрировать умения в управлении товарными запасами и потоками и обеспечивать процесс товародвижение	Оценка при выполнении практических заданий на экзамене (квалификационном).

запасы на хранение.		
ПК1.3.Принимать товары по количеству и качеству.	Демонстрировать умения приемки товаров по количеству и качеству и обосновывать правильность приема согласно нормативной документации	Оценка при выполнении практических заданий на экзамене (квалификационном).
ПК 1.4. Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.	Обоснование правильности установления вида и типа организации розничной и оптовой торговли	Оценка при выполнении практических заданий на экзамене (квалификационном).
ПК 1.5. Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.	Оказывать услуги розничной торговли с соблюдением Правил торговли, действующего законодательства санитарно-эпидемиологических требований к организации розничной торговли	Оценка при выполнении практических заданий на экзамене (квалификационном).
ПК 1.6. Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.	Демонстрировать умения по подготовке организации к добровольной сертификации услуг	Оценка при выполнении практических заданий на экзамене (квалификационном).
ПК1.7.Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.	Обосновывать основные методы и приемы в организации управления предприятием, установления деловых контактов в процессе делового общения	Оценка при выполнении практических заданий на экзамене (квалификационном).
ПК 1.8.Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статические величины, показатели вариации и индексы.	Обосновывать выбранные методы и приемы статистики при решении практических задач	Оценка при выполнении практических заданий на экзамене (квалификационном).
ПК 1.9.Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.	Применять логистические цепи и схемы, обеспечивающие рациональную организацию материальных потоков; управлять логистическими процессами организации	Оценка при выполнении практических заданий на экзамене (квалификационном).
ПК1.10.Эксплуатировать торгово- технологическое оборудование.	Использовать торгово-технологическое оборудование в процессе	Оценка при выполнении практических

	организации и управления торгово-сбытовой деятельностью предприятия	заданий на экзамене (квалификационно м).
--	------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------

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

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- обоснованность выбора способов решения задач для организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности; - эффективность способов решения задач по организации и проведению экономической и маркетинговой деятельности;	Интерпритация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпритации информации Информационные технодогии для выполнения задас профессиональной деятельности	- эффективность использования современных средств поиска, анализа	Интерпритация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 03. Планироват и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, исползовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- обоснованность планируемых мероприятий по собственному профессиональному личностному развитию, предпринимательской деятельности в экономической и маркетинговой сфере; - эффективность реализации мероприятий профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в экономической и маркетинговой сфере,	Интерпритация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

	- эффективность использования знаний по финансовой грамотности в экономической и маркетинговой сфере.	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- эффективность взаимодействия с обучающимися, преподавателями в ходе обучения	Интерпритация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.	- грамотность осуществления устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации в процессе организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности.	Интерпритация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.