**Приложение 1.4**

к ОПОП по *специальности*

38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

|  |
| --- |
| Утверждена приказом директора  ГБОУ МО «Воскресенский колледж» |
| № \_\_\_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

***Воскресенск 2021 г.***

|  |  |
| --- | --- |
| РАССМОТРЕНО  На заседании ПЦК экономических дисциплин  Протокол №\_\_\_\_  «30» августа 2021 г.  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /Портная И.М. / | СОГЛАСОВАНО  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (*название организации)*  «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/  *(подпись) (ФИО)*  *(Работодатель)* |

Программа профессионального модуля ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности » разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)», утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 года № 539

Организация-разработчик: ГБПОУ МО «Воскресенский колледж»

Разработчик: преподаватель

ГБПОУ МО «Воскресенский колледж» Портная И.М, Кондакова Т.А

***СОДЕРЖАНИЕ***

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | **4** |
| 1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | **7** |
| 1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | **15** |
| 1. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | **16** |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 02«Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности »**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности:«Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций |
| OK 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. |
| OK 3. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. |
| ОК4. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| OK6. | 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. |
| ЛР 1. | Осознающий себя гражданином и защитником великой страны |
| ЛР 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 деятельности общественных организаций |
| ЛР 3. | Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих |
| ЛР 18. | Способный выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; позиционирующий себя в сети как результативный и привлекательный участник трудовых отношений. |
| ЛР 19. | Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий |
| ЛР 20. | Способный искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств; предупреждающий собственное и чужое деструктивное поведение в сетевом пространстве |
| ЛР 21. | Ставящий перед собой образовательные цели под возникающие жизненные задачи, подбирать способы решения и средства развития (в том числе с использованием цифровых средств) других необходимых компетенций. |

## 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| ВД 2. | Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности |
| ПК 2.1 | 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. |
| ПК2.6 | 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. |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен

|  |  |
| --- | --- |
| Иметь практический опыт | оформления финансовых документов и отчетов;  проведения денежных расчетов; расчета основных налогов;  анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; выявления потребностей (спроса) на товары;  реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; анализа маркетинговой среды организации; |
| Уметь | составлять финансовые документы и отчеты; осуществлять денежные расчеты; пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения; рассчитывать основные налоги;  анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;  выявлять, формировать и удовлетворять потребности; обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; проводить маркетинговые исследования рынка; оценивать конкурентоспособность товаров; |
| Знать | сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения; финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; основные положения [налогового законодательства](https://base.garant.ru/10900200/435d49aa60fa32fdf7eb2bd99b4e7837/" \l "block_20001); 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. |

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

Всего часов - 642

в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

Из них на освоение МДК – 570 часов,

в том числе самостоятельная работа*- 190 часов,*

практики, в том числе учебная – 36 часов,

производственная – 36 часов.

*Промежуточная аттестация – экзамен. – 6 час*

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля |  | | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | | |
| Суммарный объем нагрузки, час. | В т.ч. в форме практ. подготовки | Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем | | | | | | | Самостоя-тельная работа*[[1]](#footnote-2)* |
| Обучение по МДК | | | | Практики | |  |
| Всего | В том числе | | | Консуль-тации[[2]](#footnote-3) |
| Промеут. аттест. | Лаборат. и практ. занятий | Курсовых работ (проектов)[[3]](#footnote-4) | Учебная | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | *11* | *12* |
| ОК 1-4,6,7,10,12  ПК 2.1-2.9  ЛР 1,2,3,18,19,20 | Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение | **207** |  | **138** |  | 38 | - |  |  |  | **69** |
| ОК 1-4,6,7,10,12  ПК 2.1-2.9  ЛР 1,2,3,18,19,20 | Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | **158** |  | **106** |  | 30 |  |  |  | **53** |
| ОК 1-4,6,7,10,12  ПК 2.1-2.9  ЛР 1,2,3,18,19,20 | Раздел 3.Маркетинг | **204** |  | **136** |  | 42 | 20 |  |  |  | **68** |
|  | Производственная практика, по профилю специальности,  преддипломная | **36** |  |  |  | | | | **36** |  |  |
|  | Промежуточная аттестация | **6** |  |  |  | | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | | | |  |  |  |
|  | ***Всего:*** | ***570*** |  | ***380*** |  | ***110*** | ***20*** | ***36*** | ***36*** | ***-*** | **190** |

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов профессионального модуля**  **(ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение** |  | | **207** |
| **Тема 1.1.** Деньги и денежное обращение | **Содержание учебного материала** | | 8 |
| 1. | Деньги: их необходимость и происхождение. Виды денег. Роль денег в современной рыночной экономике. Функции денег. Понятие денежного обращения. Наличное и безналичное обращение, их единство и взаимосвязь. Закон денежного обращения. Денежная масса и скорость обращения денег.  Денежная система и её элементы. | 2 | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
| 1. | Расчёт и анализ показателей связанных с денежным обращением | 2 |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Составить схему, определяющую совокупность отношений, составляющих  денежное хозяйство страны | | 4 |
| 4 |
|  |  | **Содержание учебного материала** | **18** |  |
| **Тема 1.2.** Финансы, финансовая политика и финансовая система в рыночной экономике | 1. | Социально-экономическая сущность финансов. Виды финансовых отношений. Функции финансов. Финансовые ресурсы и источники их формирования. Роль финансов в расширенном производстве. Финансовая политика, её задачи и содержание. Основные направления финансовой политики государства в условиях рынка. Финансовый механизм, его структура и роль в реализации финансовой политики. Финансовая система, | 2 | 2 |
|  |  | её элементы и их взаимосвязь. Общее понятие об управлении финансами. Органы управления финансами. Финансовый контроль |  |  |
| 2. | Основные звенья (составляющие) государственных финансов: государственный бюджет, внебюджетные фонды, государственный кредит. Государственный бюджет как средство реализации финансовых функций государства.  Бюджетная система, её сущность и составляющие. Федеральный бюджет, его функции. Состав и структура доходов федерального бюджета. Сущность налогов, их роль в формировании доходов отдельных звеньев бюджетной системы. | 2 | 2 |
| **Практические занятия** | | **6** |  |
| 1. | Расчёт отчисление во внебюджетные фонды | 4 |  |
| 2. | Оформление платёжных документов предприятия | 2 |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | **8** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1. | | | | | Составить глоссарий основных терминов и определений по всем звеньям финансовой системы. | | | | 2 | | | | |  | | |
| 2. | | | | | Составить сравнительную таблицу задач и функций работы органов управления финансами. | | | | 2 | | | | |
| 3. | | | | | Изучить особенности организационно-правовых форм хозяйствования по ГК РФ, составить сравнительные таблицы по различным видам хозяйственных обществ. | | | | 2 | | | | |
| 4. | | | | | Подготовить доклад по теме «Характеристика современного рынка страховых услуг в РФ» | | | | 2 | | | | |
|  | | | | 2. | | | Банковская система РФ, принципы её организации. Классификация банков. Центральный банк РФ, его роль, задачи и функции.  Система коммерческих банков, их функции и услуги.  Новые функции банков: лизинг, факторинг. Взаимоотношения предприятий с банками. Специализированные кредитнофинансовые компании и их функции.  Ценные бумаги как элемент новых отношений собственности, новых способов  вложения капитала | | 2 | | | | | 3 | | | |
| 4. | | | Валютная система как совокупность экономических отношений, связанных с функционированием валюты. Котировка валют. Валютный курс, инструменты его регулирования. Валютные ценности. Конвертируемость валюты. Валютные операции. Валютный рынок. Валютное регулирование и валютный контроль. | | 2 | | | | | 3 | | | |
| **Практические занятия** | | | | | **10** | | | | |
|  | | 1. | | | | | Оценка кредитоспособности заёмщика | | | | 2 | | | | |  | |
| 2. | | | | | Определение процентов по вкладам | | | | 2 | | | | |
| 3. | | | | | Расчёт курса акций | | | | 2 | | | | |
| 4. | | | | | Расчёт показателей эффективности капитальных вложений и оформление кредитного договора | | | | 2 | | | | |
| 5. | | | | | Определение курса валют, курсовой разницы | | | | 2 | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | **16** | | | | |
| 1. | | | | | Составить кроссворд по основным банковско-кредитным терминам. | | | | 2 | | | | |
| 2. | | | | | Составить конспекты основных положений федеральных законов: «О центральном банке Российской федерации (Банке России), «О банках и банковской деятельности». | | | | 2 | | | | |
| 3. | | | | | Самостоятельное решение заданий с использованием методических рекомендаций преподавателя | | | | 2 | | | | |
|  | | 4. | | | | | Составить сводную таблицу по долевым, долговым, производным ценным бумагам | | | | 2 | | | | |  | |
| 5. | | | | | Подготовить сообщение по теме: «Тенденции развития мирового валютного рынка». | | | | 4 | | | | |
| 6. | | | | | Подготовить сообщение на тему: "Возникновение и развитие векселя" | | | | 4 | | | | |
| **Тема 1.4.** Финансовое планирование и контроль | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | **4** | | | | |  | |
| 1. | | | | | Финансовое планирование и контроль: понятие, назначение, задачи.  Содержание финансового плана организации.  Органы финансового контроля и их функции. Виды финансового контроля, объекты финансового контроля, порядок его проведения. | | | | 2 | | | | | 2 | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | **2** | | | | |  | |
| 1. | | | | | Составление финансового плана организации (предприятия) | | | | 2 | | | | |
| **Тема 1.5.** Налоговая система РФ | | **Содержание** | | | | | | | | | **20** | | | | |
| 1. | | | | | Задачи и функции налоговых органов. Ответственность за нарушение налогового законодательства: виды налоговых правонарушений; финансовая ответственность юридических лиц. Налоговый контроль, проведение налоговых проверок. Порядок направления налоговой декларации и внесение | | | | 2 | | | | | 3 | |
|  |  | | | | | | в неё изменений. Обжалование актов налоговых органов и действий или бездействия их должностных лиц. | |  | | | | | |  | | |
| 2. | | | | | | Общие положения Налогового кодекса. Понятийный аппарат Налогового кодекса. Определение перечня налогов. Права и обязанности участников налоговых отношений. Определение цены товаров для целей налогообложения.  Уплата налога. Взыскание налога. Отсрочка платежа. Налоговая отчётность. | | 2 | | | | | | 3 | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | **4** | | | | | |  | | |
| 1. | | | | | | Классификация и систематизация налогов и сборов по видам | | 2 | | | | | |
|  | | 2. | | | | | | Расчёт налоговых санкций за различные налоговые правонарушения | | 2 | | | | | |  | |
|  | | **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | **12** | | | | | |
| 1. | | | | | | Изучение законодательного материала по налогообложению организаций | | 4 | | | | | |
| 2. | | | | | | Выполнение схемы взаимодействия бюджетов трёх уровней: федерального, регионального и местного | | 4 | | | | | |
| 3. | | | | | | Исследовательская работа. Проанализировать предложенную тематику за последние два года. Результаты анализа представить в форме отчета.  «Соблюдение законов контролирующими органами при проведении проверок».  «Налоговая культура россиян».  «Налоговые правонарушения и виды ответственности за их совершение». | | 4 | | | | | |
| **Тема 1.6.** Федеральные налоги | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | **26** | | | | | |
| 1. | | | | | | Налог на добавленную стоимость  Налогоплательщики. Постановка на учет в качестве налогоплательщика.  Освобождение от исполнения обязанностей налогоплательщика. Объект | | 2 | | | | | | 2 | |
|  | | |  | | | | | налогообложения. Операции, не подлежащие налогообложению. Налоговая база. Налоговый период. Налоговые ставки. Порядок исчисления налога. Счетфактура. Налоговые вычеты. Порядок применения налоговых вычетов. Сумма налога, подлежащая уплате в бюджет. Порядок возмещения налога. Сроки и порядок уплаты налога при ввозе товаров на таможенную территорию Российской Федерации. | | | |  | | | | |  |
|  | | | | | 2. | | | Налог на доходы физических лиц  Налогоплательщики. Доходы от источников в Российской Федерации и доходы от источников за пределами Российской Федерации. Объект налогообложения. Налоговая база. Налоговый период. Доходы, на подлежащие налогообложению  (освобождаемые от налогообложения). Стандартные налоговые вычеты. Социальные налоговые вычеты. Имущественные налоговые вычеты. Профессиональные налоговые вычеты. Налоговые ставки. Порядок исчисления налога. Особенности исчисления налога налоговыми агентами. Налоговая декларация. Порядок взыскания и возврата налога. Устранение двойного налогообложения. | | 2 | | | 3 | | | | |
| 3. | | | Налог на прибыль организаций  Налогоплательщики. Объект налогообложения. Порядок определения доходов. Классификация доходов. Доходы от реализации. Внереализационные доходы. Доходы, не учитываемые при определении налоговой базы. Расходы.  Группировка расходов. Расходы, связанные с производством и реализацией. Налоговая база. Налоговые ставки. Налоговый период. Отчетный период. Порядок исчисления налога и авансовых платежей. Налоговая декларация. Налоговый учет. | | 2 | | | 3 | | | | |
| **Практические занятия** | | | | | **16** | | |  | | | | |
| 1. | | | Расчёт налоговой базы и суммы налоговых вычетов по НДС | | 4 | | |
| 2. | | | Расчёт налоговой базы по НДФЛ. | | 4 | | |
| 3. | | | Расчёт НДФЛ, заполнение налоговой декларации | | 4 | | |
| 4. | | | Расчёт налоговой базы по налогу на прибыль. Заполнение регистров налогового учёта. | | 4 | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | **4** |
| 1. | Изучение законодательного материала по налогообложению организаций | 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Решение задач с использованием методических указаний преподавателя | | 2 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |
|  | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **12** | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |
| **Тема 1.7.** Налогообложение субъектов малого бизнеса | 1. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Упрощенная система налогообложения. Единый налог на вменённый доход для отдельных видов деятельности  Общие положения. Налогоплательщики. Порядок и условия начала и прекращения применения упрощенной системы налогообложения. Объекты налогообложения. Порядок определения доходов. Порядок определения расходов. Порядок признания доходов и расходов. Налоговая база. Налоговый период. Отчетный период. Налоговые ставки. Порядок исчисления и уплаты налога. Зачисление сумм налога. Налоговая декларация. Налоговый учет. Особенности исчисления налоговой базы при переходе с общего режима на упрощенную систему налогообложения и с упрощенной системы налогообложения на общий режим налогообложения. | | 2 | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **2** | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Расчёт единого налога на вмененный доход | | 2 | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **8** | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Изучение законодательного материала по налогообложению организаций | | 4 | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Решение задач с использованием методических указаний преподавателя | | 4 | | | | | | | | | | | |
| **Тема 1.8.** Региональные налоги | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **10** | | | | | | | | | | | |
|  | 1. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Транспортный налог  Общие положения. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база. Налоговый период. Отчетный период. Налоговые ставки. Порядок исчисления суммы налога и сумм авансовых платежей по налогу. Порядок и сроки уплаты налога и авансовых платежей по налогу. Налоговая декларация. | | 1 | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | |
|  | 2. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Налог на имущество организаций  Общие положения. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база. Порядок определения налоговой базы. Особенности определения | | 1 | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | | |
|  |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | налоговой базы в рамках договора простого товарищества (договора о совместной деятельности). Особенности налогообложения имущества, переданного в доверительное управление. Налоговый период. Отчетный период. Налоговая ставка. Налоговые льготы. Порядок исчисления суммы налога и сумм авансовых платежей по налогу. Порядок и сроки уплаты налога и авансовых платежей по налогу. Налоговая декларация. | |  | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **4** | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Расчёт транспортного налога | | 2 | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Расчёт налога на имущества организаций | | 2 | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **3** | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Изучение законодательного материала по налогообложению | | 2 | | | | | | | | | | | |
|  | 2. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Решение задач с использованием методических указаний преподавателя | | 2 | | | | | | | | | | | |
| **Тема 1.9.** Местные | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **6** | | | | | | | | | | | |
| налоги | 1. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Земельный налог  Общие положения. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база. Порядок определения налоговой базы. Особенности определения налоговой базы в отношении земельных участков, находящихся в общей собственности. Налоговый период. Отчетный период. Налоговая ставка. Налоговые льготы. Порядок исчисления налога и авансовых платежей по налогу. Порядок и сроки уплаты налога и авансовых платежей по налогу. Налоговая декларация. | | 1 | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | |
|  | | | | | | 2. | | | | | | | | | | | | | | | Налог на имущество физических лиц  Общие положения. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база. Порядок определения налоговой базы. Налоговый период. Отчетный период. Налоговая ставка. Налоговые льготы. Налоговая декларация. | | 1 | | | | | | | | 3 | | | | | | | | | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | **2** | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | | | | | | Расчёт местных налогов | | 2 | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | **2** | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | | | | | | Изучение законодательного материала по налогообложению | | 2 | | | | | | | |
|  | | **Экзамен** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **6** | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |
| **МДК. 02.02. Анализ финансовохозяйственной деятельности** | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **159** | | | | | | | | | | | |
| **Тема 2.1.** Предмет, содержание и задачи экономического анализа | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 26 | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | Понятие экономического анализа. Предмет, содержание и задачи экономического анализа. Принципы экономического анализа. Принципы экономического анализа. Виды экономического анализа. | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | | Особенности общего метода экономического анализа. Факторы, определяющие результаты хозяйственной деятельности, и их классификация. Система показателей, используемых в экономическом анализе. Методика экономического анализа | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | | Система информации и её источники. Планирование и организация аналитической работы. Подготовка исходных аналитических данных. План аналитической работы. Основные этапы аналитической работы. Обобщение и оформление результатов анализа. Составление пояснительных записок, принятие решений, контроль за их выполнением. | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | Использование приёмов и методов анализа в решении производственных задач | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | 8 | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | Подготовка сообщения на тему: "История развития экономического анализа в России" | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | Ознакомление с источниками экономической информации действующих предприятий, кратко законспектировать содержание основных источников. | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | |
|  | | | 3. | | | | | | | | | | Выполнить краткий конспект способов детерминированного факторного анализа. По учебнику изучить примеры применения данных способов в анализе. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |
| 4. | | | | | | | | | | Решение заданий с использованием различных методов анализа с использованием методических рекомендаций преподавателя | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | |
| **Тема 2.2.** Анализ хозяйственной деятельности предприятия | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **72** | | | | | | | | | | | |  | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | Понятие, состав товарооборота и его роль в формировании финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия. Анализ объёма и структуры товарооборота. Анализ факторов, влияющих на объём товарооборота. | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | | Понятие товарных ресурсов. Анализ суммы товарных запасов и товарооборачиваемости. Анализ поступления товаров и эффективности использования товарных ресурсов | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | | Значение, задачи и информационное обеспечение анализа трудовых ресурсов. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами, профессионального и квалификационного уровня, использования рабочего времени. Анализ производительности труда. Анализ фонда оплаты труда. Установление соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы. | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | |
|  | | | | | | | 4. | | | | | | Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения. Изучение динамики издержек в целом по статьям в соответствии с динамикой товарооборота. Выявление суммы относительной экономии или перерасхода издержек. Оценка влияния факторов на сумму и уровень издержек. | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | |
| 5. | | | | | | Значение и задачи анализа основных фондов. Система показателей состояния и эффективности использования основных фондов. Анализ состояния основных фондов. Анализ начисления амортизации и её использования. | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | |
| 6. | | | | | | Значение, задачи и информационное обеспечение анализа доходов и прибыли. Анализ валового дохода, расчёт влияния факторов на валовой доход. Анализ прибыли от реализации. Факторный анализ прибыли. Анализ использования балансовой прибыли. Выявление резервов увеличения прибыли и повышения эффективности её использования. | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | **16** | | | | | | | |  | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 2. | | | | | | Расчёт минимального объёма товарооборота, необходимого для безубыточной работы предприятия | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 3. | | | | | | Анализ товарных запасов и их оборачиваемости | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 4. | | | | | | Анализ численности работников, производительности и оплаты их труда | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 5. | | | | | | Анализ динамики издержек обращения в целом и по статьям | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 6. | | | | | | Анализ состава, структуры, технического состояния и движения основных | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| средств | | | | | | | | | |
| 7. | | | | | | Анализ показателей эффективности использования основных средств | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 8. | | | | | | Анализ валового дохода и прибыли организации | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | **28** | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | 1. | | | | | | Самостоятельное решение вариативных задач и упражнений по расчёту показателей для анализа товарооборота с использованием методических указаний преподавателя | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |  | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | Изучение источников и подготовка аналитических данных для выполнения | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| практических заданий | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | Самостоятельное решение вариативных задач и упражнений по анализу трудовых ресурсов торговых предприятий с использованием методических указаний преподавателя | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 4. | | | | | | Самостоятельное решение задач по расчёту и анализу рентабельности , определению влияния факторов на её изменение | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 5. | | | | | | Самостоятельное решение задач по анализу эффективности использования | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| основных средств | | | | | | | | | |
| 6. | | | | | | Произвести исследовательскую работу на примере конкретного торгового предприятия и результаты анализа представить в форме отчета на тему: "Анализ товарных запасов их товарооборачиваемости". | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 7. | | | | | | Изучение обучающего текста "Методика определения издержек обращения по отдельным группам товаров", ответить на контрольные вопросы | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| **Тема 2. 3.** Анализ финансовой | | | | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | **32** | | | | | | | |  | | | | | | | | | |
| деятельности предприятия | | | | | 1. | | | | | | | | | Понятие, цель, задачи и содержание анализа финансового состояния. Система  показателей, используемая для анализа финансового состояния. Информационная база анализа финансового состояния. Методы анализа финансового состояния. | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | | |
|  | | | | | 2. | | | | | | | | | Анализ структуры активов предприятия. Анализ состава, структуры и динамики внеоборотных активов. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов. Анализ производственных запасов. Анализ дебиторской задолженности.Анализ динамики и структуры источников формирования капитала предприятия. Анализ наличия и движения собственных оборотных средств. | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | | |
| 3. | | | | | | | | | Понятие финансовой устойчивости и факторы, влияющие на неё. Основные показатели финансовой устойчивости. Оценка финансовой устойчивости предприятия на основе анализа соотношения собственного и заёмного капитала. | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | | |
| 4. | | | | | | | | | Понятие ликвидности и платёжеспособности предприятия. Оценка платёжеспособности предприятия на основе показателей ликвидности. Оценка платёжеспособности предприятия на основе изучения потоков денежных средств.  Диагностика вероятности банкротства. | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | | |
| 5. | | | | | | | | | Значение и цели анализа деловой активности предприятия. Расчёт показателей оборачиваемости. Расчёт показателей рентабельности | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **14** | | | | | | | | | | | | |  | | | | |
| 1. | | | | | | | | | Анализ структуры актива баланса | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  | | | | |
| 2. | | | | | | | | | Анализ структуры пассива баланса | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | Анализ оборачиваемости оборотных активов и коэффициентов рентабельности капитала | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 4. | | | | | | | | | Расчёт и анализ показателей финансовой устойчивости предприятия | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 5. | | | | | | | | | Расчёт и анализ коэффициентов ликвидности | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 6. | | | | | | | | | Расчёт и анализ показателей деловой активности предприятия | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **12** | | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | Проведение мини-исследования и оформление отчёта по определению деловой активности предприятия | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | 2. | | | | | | | | | | | | Самостоятельное решение задач на расчёт показателей финансовой устойчивости предприятия | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
|  | | | | 3. | | | | | | | | | | | | Подготовка сообщения на тему: " Положение предприятия на рынке ценных бумаг" | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| **МДК. 02.03. Маркетинг** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **204** | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| **Тема3.1.** Предмет, цели и задачи дисциплины. | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | 1.Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные  связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов. | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 2 | | | |
| Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России. Состояние и поддержание конкурентной среды, состояние источников наполнения рынка товарами. Насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами.  Необходимость систематического анализа конъюнктуры рынка. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1. | | | | | | | | | | | | Подготовить сообщение на тему: «Возникновение маркетинга и его эволюция». | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
|  | | | |  | | | | | | | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | **6** | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 3.2.** Рынок как объект маркетинга. | | | | | | 1 | | | | | | | | | Концепция развития рыночных отношений. Экономика рынка: понятия, основные категории и показатели, условия функционирования. Понятие «рынок» и «ёмкость рынка». Классификация рынков. Экономические субъекты рынка. Спрос и предложение как важнейшие элементы рынка. Рыночная конъюнктура, причины ее колебаний. Рыночная цена товара. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1 | | | | | | | | | Построение кривой и анализ факторов, влияющих на спрос и предложение | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1 | | | | | | | | | Составить глоссарий основных терминов и определений по теме: «Рынок как условие и экономическая основа маркетинга». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 3.3.** Концепция рыночной деятельности. Концепция  маркетинга | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 8 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1. | | | | | | | | | Сущность маркетинга и его роль в экономике. Исторические аспекты возникновения маркетинговой деятельности, ее сущность, принципы, основные функции. Маркетинг как действительный механизм регулирования рыночных отношений. Экономический смысл использования маркетинга. Место и роль маркетинга и его подразделений в управлении предприятиями. Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 2 | | | |
|  | | | | | | 2. | | | | | | | | | Маркетинговая концепция управления рынком. Место маркетинга в системе менеджмента. Маркетолог, его место в сфере бизнеса. Отличие маркетинга от обычной производственно-сбытовой ориентации. Концепция социальноэтического маркетинга. Формула современного маркетинга. Модели и субмодели маркетинга. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1. | | | | | | | | | Подготовить доклад на тему: «Маркетинг как действительный механизм регулирования рыночных отношений» | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | Выполнить в рабочей тетради схему: «Модели и субмодели маркетинга»;  подготовить сообщение на тему: «Должностные обязанности маркетолога». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 3.4.** Основные принципы и методы маркетинговой системы управления | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 10 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1 | | | | | | | | | Понятие о маркетинговой среде как сфере управления. Понятие маркетинговой среде как сфере управления. Контролируемые факторы маркетинговой среды. Не контролируемые факторы маркетинговой среды. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| 2 | | | | | | | | | Организация службы маркетинга на предприятии. Задачи, обязанности, структура службы маркетинга. Место службы в структуре предприятий. Схема  последовательной реализации функций службы. Факторы, определяющие структуру службы. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
|  | | | | | | 1. | | | | | | | | | Анализ внешней окружающей среды предприятия.  Разработка схемы организации службы маркетинга, определение её достоинств и недостатков. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
|  | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | Выполнить в рабочей тетради схемы: «Внутренняя и внешняя окружающая среда маркетингового предприятия». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | 2 | | | | | | | | | Используя инструкционную карту подготовиться к практической работе  «Разработка схемы организации службы маркетинга, определение её достоинств и недостатков». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| **Тема 3.5.** Процесс управления | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 12 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| маркетингом | | | | | | 1. | | | | | | | | | Управление маркетингом. Сущность и задачи маркетингового управления, объекты маркетингового управления: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. Виды спроса, их краткая характеристика.  Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий. Этапы развития маркетингового управления. Концепции управления. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
|  | | | | | | 2. | | | | | | | | | Процесс управления маркетингом. Основные составляющие процесса управления маркетингом: анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, сегментирование рынка (признаки сегментирования, критерии выбора сегмента), разработка комплекса маркетинга, претворение в жизнь маркетинговых  мероприятий. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1. | | | | | | | | | Определение концепции маркетинга предприятия. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | Определение вида спроса и разработка задач маркетингового управления. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | Анализ рыночных возможностей предприятия. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1 | | | | | | | | | В рабочей тетради ответить на вопросы теста по теме: «Процесс управления маркетингом (карточка «Одно из двух»). | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе «Разработка комплекса маркетинга как элемента процесса управления маркетингом». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 3.6.** Маркетинговая информация и маркетинговые исследования | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 16 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1. | | | | | | | | | Маркетинговая информация. Сущность и необходимость маркетинговой информации. Требования к маркетинговой информации. Назначение, источники маркетинговой информации (внутренние и внешние), принципы их отбора.  Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС). | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| 2. | | | | | | | | | Система маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 2 | | | |
|  | | | | | | 3. | | | | | | | | | Цели, объекты и методы маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований. Важнейшие направления маркетинговых исследований: исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителя. Маркетинговые исследования товарных рынков: определение ёмкости, конъюнктурные и прогностические исследования, исследования конкурентной среды, выявление потребностей и средств для их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта. Методы маркетинговых исследований. Значение маркетинговых исследований для определения специфики отдельных сегментов товарного рынка, для оптимизации ассортимента товаров, повышения их качества, разработки сбалансированного перечня информационных и сервисных услуг. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
|  | | | | | | | | | **Практические занятия** | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1. | | | | | | | | | Овладение методикой проведения опросов потребителей. Анализ результатов опроса. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | Ситуационный анализ окружающей среды предприятия. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | Подготовить реферат на тему: «Маркетинговая информационная система (МИС)» с использованием Интернет-ресурсов. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | Законспектировать в рабочей тетради тему: «Маркетинговая информация». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе «Овладение методикой проведения опросов потребителей. Анализ результатов опроса». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 3.7.** Товарная политика | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 14 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| предприятия | | | | | | 1. | | | | | | | | | Товар и товарная политика предприятия. Маркетинговое понимание товара. Формула товара. Проблемы качества товара. Стандартизация и дифференциация товара. Классификация товара. Характеристика товаров производственного назначения и индивидуального пользования. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ). | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
|  | | | | | | 2 | | | | | | | | | Разработка новых товаров в товарной политике предприятий. Основные этапы разработки товары-новинки: формирование идей, отбор идей, разработка замысла и его проверка, разработка стратегии маркетинга. Рыночная атрибутика товаров. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **2** | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1 | | | | | | | | | Определение этапа жизненного цикла продукции и разработка маркетинговых | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 8 | | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | Изобразить схематически разновидности ЖЦТ. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | Используя методические рекомендации преподавателя выполнить учебноисследовательскую работу на тему: «Товарная политика РТП» | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | Составить резюме к теме «Товарная политика предприятия» и перечень основных понятий. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 3.8.** Ценовая политика предприятия | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 22 | | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | Цена товара и методы её формирования. Основные понятия. Структура розничной цены. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Ценовая и неценовая конкуренция. Виды цен. Понятие о скидках на цену товара, зачеты. Изменение цены в зависимости от этапа ЖЦТ. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| 2. | | | | | | | | | Ценовая политика государства. Ценообразование на разных типах рынков. Политика государства в области ценообразования. Задачи ценообразования.  Понятие о дискриминационных ценах. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
|  | | | | | | 3. | | | | | | | | | Стратегия ценообразования. Факторы, влияющие на ценообразование. Постановка задач ценообразования. Выбор метода ценообразования. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
|  | | | | | | 4. | | | | | | | | | Разработка цены за товар. Методика расчета исходной цены: выбор целевого рынка и позиционирование товара, постановка задач ценообразования, определение спроса на товар, оценка издержек, анализ цен конкурентов, выбор метода ценообразования, установление окончательной цены. Рыночное страхование цен. Эластичность спроса по ценам. Психология восприятия цены товара. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| **Практические занятия:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1 | | | | | | | | | Выбор метода ценообразования для РТП. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **10** | | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | В рабочей тетради составить кроссворд по теме: «Ценовая политика предприятия». | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | Используя методические рекомендации преподавателя выполнить учебноисследовательскую работу на тему: «Сравнительный анализ ценовой политики базовых РТП». | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе: «Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 3.9.** Распространение товаров и товародвижение | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **34** | | | | | | | | | | | | |  | | | |
| 1. | | | | | | | | | Сбытовая политика предприятия. Распространение товаров как составная часть комплекса маркетинга. Методы сбыта: прямой и косвенный. Понятие о каналах сбыта, их функциях. Решение о структуре канала и его участниках. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
|  | | | | | | | | 2. | | | | | | Природа каналов сбыта. Структура канала сбыта и его участники. Торговые посредники, типы и число посредников. Преимущество и недостатки в использовании посредников при сбыте продукции. | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
| 3. | | | | | | Товародвижение и его проблемы. Политика предприятия по проблемам товародвижения. Структура управления товародвижением предприятия. Система товародвижения. Издержки товародвижения. | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | | |
|  | | | | | | | 4. | | | | | | | | | Оптовая торговля как основной метод распространения товаров. Маркетинговые решения оптовика: о товарном ассортименте, ценах, методах стимулирования сбыта, месте размещения оптового предприятия. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | |
| 5. | | | | | | | | | Розничная торговля как метод распространения товара. Значение РТП в системе товародвижения. Виды и характеристика РТП. Дополнительные и основные услуги РТП. Маркетинговые решения РТП. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **8** | | | | | | | | | | | | |  | | |
| 1. | | | | | | | | | Сравнительный анализ каналов сбыта продукции АПК в странах Европы и РФ. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | Выбор оптимального канала сбыта. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3. | | | | | | | | | Разрешение конфликтных ситуаций в канале сбыта. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 4. | | | | | | | | | Выбор поставщика товаров для РТП.  Анализ и оценка системы товародвижения в базовых РТП. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | |  | | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **16** | | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | Подготовка и презентация исследовательской работы: «Сбыт продукции фермера (др. предприятия)» на электронном носителе. | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | Составить презентацию на тему « Как создать Интернет - магазин? Особенности его работы» с использованием Интернет-ресурсов на электронном носителе. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | 3. | | | | | | | Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе: «Анализ и оценка системы товародвижения в базовых РТП». | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | |  | | | | | | |
| 4. | | | | | | | Составить тест по теме «Распространение товаров и товародвижение» (1-2 уровень сложности). | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | |
| 5. | | | | | | | В рабочей тетради ответить на контрольные вопросы по теме «Природа каналов сбыта». | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | |
| 6. | | | | | | | Законспектировать в рабочей тетради тему: «Оптовая торговля как основной метод распространения товаров». | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | |
| 7. | | | | | | | Подготовить реферат на тему: «Оптовая и розничная торговля - методы распространения товаров». | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | |
| **Тема 3.10.** Маркетинговые коммуникации | | | | | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | **28** | | | | | | | | | | | | |  | |
| 1. | | | | | | | Маркетинговые коммуникации. Место маркетинговых коммуникаций в конкурентной борьбе. Виды продвижения. Факторы, влияющие на выбор способа продвижения. Положительные и отрицательные стороны различных видов продвижения. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 2 | |
| 2. | | | | | | | Стимулирование сбыта как форма продвижения товаров на рынке. Понятие стимулирования. Цели стимулирования, направленного на потребителя, торговых посредников, собственный персонал. Средства стимулирования. Недостатки и преимущества стимулирования. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | |
| 3. | | | | | | | Личная продажа товаров как метод продвижения товаров. Особенности личной продажи товаров. Формы личной продажи. Обучение торговых агентов, основные подходы к обучению. Основные этапы процесса планирования личной продажи. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | |
|  | | | | | | | | 4. | | | | | | | | | Взаимоотношения с общественностью как элемент системы продвижения товаров. Понятие пропаганды. Мероприятия по связям с общественностью (презентации, пресс-конференции, симпозиумы, публичные выступления, спонсорство) и их основные направления. Положительные и отрицательные стороны паблик рилейшнз (PR). Участие предприятий в выставках и ярмарках. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | |
| 5. | | | | | | | | | Реклама как элемент системы продвижения товаров. Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правила рекламы. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | |
| 6. | | | | | | | | | Средства распространения рекламы. Критерии выбора средств рекламы: охват, стоимость рекламного контакта, доля аудитории, технический уровень исполнения рекламы. Группа средств распространения рекламы. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | |
| 7. | | | | | | | | | Рекламное обращение. Содержание и принцип рекламы. Связь содержания рекламного обращения с целями маркетинга и этапами ЖЦТ. «Образ товара» и  «Образ фирмы» как основные тематические направления в содержании рекламы. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 3 | |
|  | | | | | | | | **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **8** | | | | | | | | | | | | |  | |
| 1. | | | | | | | | | Разработка мероприятий по стимулированию сбыта в РТП, направленных на покупателя. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 2. | | | | | | | | | Составление пропагандистской статьи о торговом предприятии. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | Работа над композицией текста рекламного обращения. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | Выбор наиболее эффективного способа продвижения для товаров различных товаропроизводителей. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **6** | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | | | | | | | | Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе: «Составление пропагандистской статьи о работе торгового предприятия». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | Составить презентацию сообщения на тему «История рекламы» с использованием Интернет-ресурсов на электронном носителе. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |  | |
| 3 | | | | | | | | | Законспектировать в рабочей тетради тему: «Организация работы рекламноинформационных агентств». | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 3.11.** Стратегическое планирование, ревизия и контроль | | | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **12** | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | | | | | | | | Стратегическое планирование. Определение понятий: стратегия и тактика. Сущность стратегического планирования и его цели. Основные составляющие стратегического планирования: определение краткосрочных и долгосрочных целей фирмы; разработка плана развития хозяйственного портфеля; определение стратегии роста фирмы, её возможностей в перспективе. Понятие стратегии маркетинга и её цели. Виды маркетинговых стратегий, характерные черты.  Основные требования к формированию стратегии маркетинга. Структура стратегической маркетинговой программы. | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | 2 | |
|  | | | | | | | | 2. | | | | | | | | | | Маркетинговый контроль. Понятие маркетингового контроля и его цели. Система и типы маркетингового контроля: контроль за выполнением годовых планов, контроль прибыльности, стратегический контроль. | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | | 3 | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **2** | | | | | | | | | | | | | |  | |
| 1. | | | | | | | | | | Составление плана маркетинга как составляющей стратегического планирования. | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **2** | | | | | | | | | | | | | |
| 1. | | | | | | | | | | Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе «Составление плана маркетинга как составляющей стратегического планирования». | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | | | |
| **Тема 3.12.** Конкурентная среда | | | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **12** | | | | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | 1. | | | | | | | | Конкуренция и конкурентоспособность. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность. Характерные черты конкурентной среды, способы поддержания. Конкурентоспособность организации и товаров: показатели конкурентоспособности, конкурентное преимущество. | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | 3 | | | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |  | | | | | |
| 1 | | | | | | | | Оценка конкурентоспособности товара. | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | Оценка конкурентоспособности фирмы и установление её конкурентных | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| преимуществ. | | | | | | | | | |
| **Самостоятельная работа** | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 1 | | | | | | | | Проведение и презентация учебно-исследовательской работы: «Оценка конкурентоспособности базовых РТП» на электронном носителе. | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| **Тема 3.13.** Международный | | | | | | | | | | | **Содержание учебного материала** | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | |
| маркетинг | | | | | | | | | | | 1. | | | | | | | | Международный маркетинг. Состояние и перспективы развития внешней торговли. Тенденции международного товарообмена. Международный маркетинг: понятие, назначение, особенности его структурных элементов окружающей среды, структуры комплекса маркетинга. Методы выхода на внешний рынок: экспорт товара, совместная деятельность, инвестирование.  Структура служб маркетинга. | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | 2 | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | **Самостоятельная работа** | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | |  | | | | | |
|  | | | | | | | | В рабочей тетради ответить на контрольные вопросы по теме: «Международный маркетинг». | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | | | | | | | | | | | |  |
| **Курсовая работа**  Примерные темы курсовых  1.Сегментирование рынка и позиционирование товарами  2. Ценовая эластичность спроса: методы определения и способы воздействия  3. Товарная политика в системе маркетинговых решений  4. Организация и управление логистической системой предприятия  5. Организация системы сбытовой деятельности предприятиями  6. Система оценки уровня конкурентоспособности предприятиями  7. Проблема обеспечения конкурентоспособности товара на различных этапах жизненного цикла  8.Товарная марка и формирование бренда  9. Целевой маркетинг и сегментирование рынка  10. Упаковка товара и его роль в торговой политике  11. Организация и планирование сбыта продукции | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 20 | | | | | | | | | | | |  |
| **Учебная практика Виды работ:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **36** | | | | | | | | | | | |  |
| 1.Анализ хозяйственной деятельности предприятия | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 2 Анализ финансовой деятельности предприятия | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 3Выявление, формирование и удовлетворение потребности | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 4 Обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 5 .Проведение маркетинговых исследований рынка | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 6 .Оценка конкурентоспособности товаров | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| **Производственная практика Виды работ:** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **36** | | | | | | | | | | | |  |
| 1.Оформление приходных и расходных финансовых документов | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 2. Оформление финансовых отчётов | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 3. Оформление кредитного обеспечения предприятия, кредитного договора. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 4. Осуществление денежных расчётов | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 5. Расчёт основных налогов с использованием нормативных документов в области налогообложения, регулирующих | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 6. Расчёт основных налогов, уплачиваемых торговыми организациями | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 2. Участие в проведении денежных расчётов | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | |
| 3. Участие в расчёте основных налогов | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | |
| 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 5. Выявление потребности (спроса) на товары | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | | | | | |
| 6. Участие в реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| 7. Участие в проведении рекламных акций и компаний, других маркетинговых коммуникаций; | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |  |
| 8. Анализ маркетинговой среды организации. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | | | | | | | | | | | |
| **Всего** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **570** | | | | | | | | | | | | + практика |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ   
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинет *4-01 «Лаборатория компьютеризации профессиональной деятельности»,* оснащенный оборудованием:

- столы ученические – 24 шт.

- стулья – 48 шт.

- стол учительский – 1 шт.

- доска – 1 шт.

техническими средствами:

- компьютеры – 10 шт.

- видеопроектор – 1шт.

Методическими материалами:

-комплект бланков и документов по организации и оценке объектов недвижимости;

-комплект учебно-методической документации;

- комплект оценочных средств;

-наглядные пособия.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

**3.2.1. Основные печатные издания**

Нормативные акты:

1. Гражданский кодекс РФ.

2. Земельный кодекс РФ.

3. Налоговый кодекс РФ.

4. Финансы и кредит; учебник для студентов учреждений сред.проф.образования. Л.В.Перекрестова, Н.М Романенко — 7-е изд, М: Издательский центр «Академия», 2017г

Основная литература:

6.Финансы и кредит; учебник для студентов учреждений сред.проф.образования. Л.В.Перекрестова, Н.М Романенко — 7-е изд, М: Издательский центр «Академия», 2017г

7.Финансы и кредит: Практикум Учебное пособие для студентов учреждений сред.проф.образования, 2017г. - 224 с

8.Финансы, денежное обращение и кредит: учебник В.А.Галанов — 2-е издание, - М: Форум; ИНФРА,2018г

**3.2.2. Основные электронные издания**

1. [**egrnreester.ru**›articles/kak…obekta - nedvizhimosti](https://egrnreester.ru/articles/kak-prokhodit-otsenka-rynochnoy-stoimosti-obekta-nedvizhimosti)

2.**nalog.gov.ru**›rn77/taxation/taxes / imuch

3.Интернет портал ЦИАН. Недвижимость

4. Интернет портал NEWSru.com. Недвижимость.

5.Интернет портал Mian. Ru. МИАН- агентство недвижимости.

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ   
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| **1** | **2** | **3** |
| ОК 1-4,6,7,10,12  ПК 2.1-2.9  ЛР 1,2,3,18,19,20 | сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения; финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; | Беседа, фронтальный и индивидуальный опрос,  практические работы,  экспертное наблюдение,  выполнения практических работ.  Итоговый  контроль:  экзамен по профес-сиональному  модулю. |
| основные положения [налогового законодательства](https://base.garant.ru/10900200/435d49aa60fa32fdf7eb2bd99b4e7837/" \l "block_20001); функции и классификацию налогов; |
| ОК 1-4,6,7,10,12  ПК 2.1-2.9  ЛР 1,2,3,18,19,20 | организацию налоговой службы; методику расчета основных видов налогов; методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; |
| ОК 1-4,6,7,10,12  ПК 2.1-2.9  ЛР 1,2,3,18,19,20 | информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности; |
| ОК 1-4,6,7,10,12  ПК 2.1-2.9  ЛР 1,2,3,18,19,20 | составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; |
| ОК 1-4,6,7,10,12  ПК 2.1-2.9  ЛР 1,2,3,18,19,20 | методы изучения рынка, анализа окружающей среды; конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом. |
|  |  |  |

1. [↑](#footnote-ref-2)
2. [↑](#footnote-ref-3)
3. [↑](#footnote-ref-4)