

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФАГОС ВО «Самарский государственный экономический

университет»

Дата подписания: 02.08.2023 16:55:21

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a1004f1de8ae0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»**

среднего профессионального и предпрофессионального образования
факультета среднего профессионального и предпрофессионального
образования

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины	ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
Специальность	38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация (степень) выпускника менеджер по продажам

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.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
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

1.1.3. 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

	<p>деятельности для разных видов анализа; выявлять, формировать и удовлетворять потребности; обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; проводить маркетинговые исследования рынка; оценивать конкурентоспособность товаров</p>
Знать	<p>сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения; финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; основные положения налогового законодательства; функции и классификацию налогов; организацию налоговой службы; методику расчета основных видов налогов; методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности; составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; методы изучения рынка, анализа окружающей среды; конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.</p>

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего – 516 академических часов (далее – часа(ов)), в том числе:

МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение (6 семестр)

общей учебной нагрузки обучающегося - 94 часов;
 аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 64 часов;
 самостоятельной работы обучающегося – 30 часов;
 промежуточная аттестация – экзамен.

МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности (6 семестр)

общей учебной нагрузки обучающегося - 94 часа;
 аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 62 часов;
 самостоятельной работы обучающегося – 32 часа;
 промежуточная аттестация – экзамен.

МДК.02.03. Маркетинг (4,5 семестр)

4 (семестр)
 общей учебной нагрузки обучающегося - 108 часа;
 аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 84 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 24 часа.

5 (семестр)

общей учебной нагрузки обучающегося - 148 часа;

аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 86 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 62 часа

промежуточная аттестация – экзамен.

УП.02.01 Учебная практика – 36 часов (6 семестр)

ПП.02.01 Производственная практика (по профилю специальности) – 36 часов (6 семестр)

ПМ.02.ЭК Экзамен по модулю – (6 семестр)

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.					
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа
			Обучение по МДК			Практики		
			Всего	В том числе		Учебная	Производственная	
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)							
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9.	Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения	94	64	32	-	-	-	30
ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9.	Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности	94	62	32	-			32
ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8	Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга	108	84	42	-			24
ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8	Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности	148	86	44	-	-	-	62

ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ПК 2.9.	Учебная практика	36				36		-
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ПК 2.9.	Производственная практика	36					36	-
	Всего:	516	296	150	-	36	36	148

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся	Объем в часах
1	2	3
Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения		94
МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение		94
Тема 1.1. Теоретические основы финансов	Содержание учебного материала	30
	Теоретическое обучение	
	1. Основные понятия: финансы и финансовые отношения.	
	2. Теоретические основы функционирования финансов.	
	3. Финансовая система РФ.	12
	4. Финансовые ресурсы.	
	5. Финансовый рынок: структура, участники, инструменты и роль в современных условиях.	
	6. Организационно-правовые основы управления финансами	
	В том числе, практических занятий	18
	1. Практическое занятие «Определение понятийного аппарата финансов и финансовой деятельности».	2
	2. Практическое занятие «Основные направления совершенствования финансового механизма».	4
	3. Практическое занятие «Влияние на организацию финансов хозяйствующих субъектов отраслевых особенностей и организационно-правовых форм»	2
	4. Практическое занятие «Источники направления и использования финансовых ресурсов»	2
	5. Практическое занятие «Понятие финансовой устойчивости предприятия»	4
	6. Практическое занятие «Доходы и расходы бюджетов»	4
Тема 1.2. Сущность и основы налогообложения	Содержание учебного материала	20
	Теоретическое обучение	10

	Налоговый и Бюджетный кодексы РФ, виды налогов, цели, задачи, структура, особенности налоговых систем.	
	Роль налогов в обеспечении экономического развития.	
	Особенности регулирования налогообложения. Цели и задачи.	
	В том числе, практических занятий	10
	1. Практическое занятие «Особенности определения налогооблагаемой базы различных предприятий»	4
	2. Практическое занятие «Расчет налогов к уплате различных систем налогообложения»	2
	3. Практическое занятие «Бюджеты всех уровней».	2
	4. Практическое занятие «Пенсионное, страховое и социальное обеспечение»	2
Тема 1.3. Государственное регулирование в сфере финансов и налогообложения	Содержание учебного материала	14
	Теоретическое обучение	10
	1. Особенности государственного регулирования банковской и финансовой деятельности; понятие, механизмы, цели, задачи.	
	2. Федеральные законы и нормативные акты по государственному регулированию финансовой деятельности.	
	В том числе, практических занятий	4
	1. Практическое занятие «Исследование содержания законодательства «Налоговый кодекс РФ», «Бюджетный кодекс РФ», ФЗ «О банках и банковской деятельности», «О государственном пенсионном обеспечении».	2
2. Практическое занятие «Анализ влияния уровня процентных ставок на финансовую устойчивость предприятия».	2	
Самостоятельная работа обучающихся: 1. Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой. Написание докладов. 2. Работа с интернет-ресурсами (http://www.consultant.ru/). 3. Изучение истории развития финансов в России 4. Изучение международных стандартов и нормативов регулирования налогообложения. 5. Ознакомление со спецификой деятельности банков и бирж в России и мире. 6. Изучение порядка функционирования налоговых органов.		30
Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности		94

МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности		94
Тема 2.1. Основные виды и способы экономического анализа	Содержание учебного материала	14
	Теоретическое обучение	10
	1 Сущность, задачи и содержание экономического анализа, его роль в системе управления предприятием.	
	2. Виды экономического анализа и их роль в управлении хозяйственной деятельностью предприятия.	
	3 Система комплексного экономического анализа и поиска резервов повышения эффективности предприятия	
	В том числе практических занятий	4
	1. Практическое занятие «Системный анализ, маркетинговый, технико-экономический, финансовый, инвестиционный».	2
2. Практическое занятие «Экспресс-диагностика финансового состояния» цепочки».	2	
Тема 2.2. Основные методы и показатели в анализе финансово-хозяйственной деятельности	Содержание учебного материала	28
	Теоретическое обучение	10
	1.Методика факторного анализа и способы измерения влияния факторов	
	2. Предмет, метод и методика экономического анализа	
	3.Технико-экономический анализ, его значение и сущность	
	В том числе практических занятий	18
	1. Практическое занятие «Анализ финансовых результатов деятельности коммерческих предприятий»	4
	2. Практическое занятие «Анализ использования основных фондов коммерческих предприятий»	4
	3. Практическое занятие «Анализ оборотных средств коммерческих предприятий»	4
4. Практическое занятие «Анализ затрат коммерческих предприятий»	4	

	5. Практическое занятие «Способы оценки экономической эффективности (эффекта) деятельности коммерческих предприятий»	2
Тема 2.3. Бухгалтерский и управленческий учет для анализа финансово-хозяйственной деятельности	Содержание учебного материала	20
	Теоретическое обучение	10
	1. Анализ финансового состояния предприятия	
	2. Особенности бухгалтерского учета для анализа финансового состояния предприятия.	
	3. Особенности управленческого учета для анализа финансового состояния предприятия.	
	В том числе практических занятий	10
	1. Практическое занятие «Расчет показателей оборачиваемости»	2
	2. Практическое занятие «Анализ расходов и доходов»	2
	3. Практическое занятие «Анализ динамика выручки и темпов роста предприятия»	2
	4. Практическое занятие «Анализ рентабельности»	2
	5. Практическое занятие «Управление движением денежных средств на предприятии»	2
Самостоятельная работа обучающихся:		32
1. Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой. Написание докладов. 2. Работа с интернет-ресурсами (http://www.consultant.ru/). 3. Особенности анализа на основании бухгалтерского и управленческого учета. 4. Особенности использования и перспективы развития информационных технологий в анализе. 5. Методы учета влияния инфляции в экономическом анализе.		
Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга		108
МДК.02.03 Организация маркетинговой деятельности		108
Тема 1. Сущность, содержание и принципы маркетинга	Содержание учебного материала	18
	Теоретическое обучение	10
	1. Понятие маркетинга. Основные категории маркетинга. Процесс управления маркетингом. Функции маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Окружающая среда маркетинга. Понятие макросреды. Понятие микросреды	
	2. Основные концепции маркетинга. Эволюция развития взглядов на роль маркетинга.	

	В том числе, практических занятий	8
	Практическое занятие Анализ реализации концепций маркетинга в российской экономике.	8
Тема 2. Потребители как субъекты рынка	Содержание учебного материала	24
	Теоретическое обучение	10
	1. Модель покупательского поведения	
	2. Факторы, влияющие на поведение потребителей	
	3. Типы покупательского поведения	
	4. Процесс принятия решения о покупке	
	В том числе, практических занятий	14
Практическое занятие Факторы покупательского поведения и программы маркетинга	8	
	Практическое занятие. Способы повышения вовлеченности покупателей в процесс покупки	6
Тема 3. Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала	24
	Теоретическое обучение	10
	1. Понятие маркетинговой информации и маркетинговой информационной системы	
	2. Структура маркетингового исследования. Методы сбора данных.	
	В том числе практических занятий	14
	Практическое занятие. Проектирование маркетингового исследования рынка конкретного товара	8
	Практическое занятие. Метод фокус-групп в маркетинговых исследованиях	6
Тема 4. Сегментация рынка	Содержание учебного материала	18
	Теоретическое обучение	12
	1. Понятие сегментации. Критерии сегментации.	
	2. Стратегии охвата рынка	
	В том числе, практических занятий	6
	Практическое занятие. Программа позиционирования продукта	6
Самостоятельная работа обучающихся:		24
1. Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой. Написание докладов.		
2. Работа с интернет-ресурсами (http://www.consultant.ru/)		
3. Работа по определению уровня «лояльности и вовлеченности клиентов».		
4. Работа с автоматизированными системами сбора и обработки данных		
5. Проведение анкетирования		
6. Новые перспективные направления в осуществлении маркетинговой деятельности.		
7. Правила сбора информации для маркетинговых исследований.		
8. Техники и способы, используемые для сегментации клиентов.		
Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности		148
МДК.02.03 Маркетинг		148

Тема 1. Товарная политика	Содержание учебного материала	20
	Теоретическое обучение	10
	1. Товар и его уровни. Классификация товаров. Управление ассортиментом.	
	2. Понятие нового товара. Процесс разработки нового товара. Понятие жизненного цикла товара. Анализ портфеля товаров.	
	В том числе практических занятий	10
	Практическое занятие. Анализ портфеля товаров методом Бостонской консалтинговой группы	10
Тема 2. Ценовая политика	Содержание учебного материала	18
	Теоретическое обучение	10
	1. Цена и факторы, влияющие на цену. Методы ценообразования.	
	2. Стратегии управления ценовыми решениями. Обоснование уровня цен.	
	В том числе: практических занятий	8
	Практическое занятие Расчет цены методом затрат. Расчет точки безубыточности.	8
Тема 3. Политика распределения	Содержание учебного материала	22
	Теоретическое обучение	10
	1. Политика распределения. Виды участников процесса распределения и их функции.	
	2. Структура каналов распределения. Виды интеграции участников процесса распределения.	
	В том числе, практических занятий	12
	Практическое занятие. Проектирование процесса распределения товара	6
	Практическое занятие. Обоснование конфигурации канала распределения	6
Тема 4. Политика продвижения	Содержание учебного материала	26
	Теоретическое обучение	12
	1. Понятие продвижения товаров. Инструменты продвижения: реклама, стимулирование сбыта, личные продажи, выставки, связи с общественностью	
	2. Реклама и планирование рекламных акций	
	В том числе практических занятий	14
	Практическое занятие. Планирование рекламных мероприятий	8
	Практическое занятие. Оценка эффективности продвижения	6
Самостоятельная работа обучающихся:		62
1. Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой. Написание докладов.		
2. Работа с интернет-ресурсами (http://www.consultant.ru/)		
3. Автоматизированные системы CRM для осуществления маркетинговой деятельности.		
4. Организация рекламной деятельности для продвижения товаров и услуг, оценка ее эффективности .		
5. Организация и проведение маркетинговых исследований.		
6. Роль опросных и анкетных данных клиентов для осуществления маркетинговой деятельности.		

Промежуточная аттестация	Экзамен
Курсовой проект (работа) не предусмотрен	-
Обязательные аудиторские учебные занятия по курсовому проекту (работе) не предусмотрены	-
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой) не предусмотрена	-
Учебная практика: Виды работ 1. Занятия в мастерской «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» <ul style="list-style-type: none"> - Изучение финансовых документов, отчетов торговых предприятий и проведение этапов инвентаризации - Изучение данных бухгалтерской отчетности, вычисление основных налогов организаций - Изучение процесса проведения денежных расчетов с покупателями - Проведение маркетингового исследования «Изучение уровня спроса на товары/услуги предприятия» - Изучение маркетинговых коммуникаций, используемых торговыми организациями. Составление проекта рекламной акции. - Изучение факторов, влияющих на формирование товарной, ценовой, сбытовой политики предприятия. Изучение штрафов за нарушение прав потребителей в части формирования торговой наценки. 	36
Производственная практика (по профилю специальности): Виды работ <ol style="list-style-type: none"> 1. Оформление финансовых документов и отчетов: составлении и оформлении финансовых документов; изучение финансового плана организации; составление приходных, расходных документов к товарному отчету; оформление товарного отчета; составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров; ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей; ознакомление с переоценкой и уценкой товаров; оформление документов по переоценке и уценке товаров; участие в инвентаризации и оформлении отчета. 2. Расчёты, оформление налоговых деклараций по видам уплачиваемых налогов. 3. Расчет основных налогов организации и определение: -объекта налогообложения; налоговой ставки; налогового периода; налоговой базы; порядка исчисления налогов; сроков и порядка уплаты; объектов льготного налогообложения; отражение суммы исчисленных налогов в бухгалтерском учете; порядок составления налоговых деклараций. 4. Исследование показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия торговли за последние 2 года: заполнения отчета о прибылях и убытках; анализ показателей себестоимости продукции по статьям и элементам затрат; анализ видов прибыли и показателей рентабельности по отдельным видам продукции; оценка основных показателей хозяйственной деятельности. 5. Проведение опросов потребителей предприятия для выявления продуктовых предпочтений. 6. Маркетинговая среда предприятия. 7. Характеристика системы управления маркетинговой деятельности на предприятии: структура (наименование должностей, уровня подчиненности); функционал. 	36

<p>8. Характеристика сегментов потребителей по критериям; уровень дохода; размеру покупок; частоте покупок; гендерному признаку; возрасту и т.д.</p> <p>9. Оценка конкурентных преимуществ предприятия.</p> <p>10. Изучение маркетинговой политики предприятия: анализ сбытовой политикой и каналов распределения; характеристика стратегий ценообразования на различные группы товаров/услуги; изучение мероприятий по стимулированию персонала; анализ мероприятий по стимулированию потребителей.</p> <p>11. Анализ номенклатуры товаров предприятия</p> <p>12. Изучение маркетинговых коммуникаций и обоснование целесообразности выбора и их применения: характеристика и участие в личных продажах; изучение директ-маркетинга; анализ стимулирования сбыта (участие в проведении выставок –продаж, дегустации или демонстрации товаров); PR; реклама (планирование проведения рекламных акций на предприятии, краткая их характеристика и прогнозируемый рост выручки).</p> <p>13. Разработка мероприятий по стимулированию продаж.</p>	
Всего	516

