АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Среднее профессиональное образование

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

МДК.02.03. МАРКЕТИНГ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность:
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация выпускника:
Менеджер по продажам

2021

Маркетинг: Рабочая программа междисциплинарного курса. – Казань: Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2021. – 22 с.

Программа междисциплинарного курса МДК.02.03. Маркетинг для специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г. N 539.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол № 3.

© Казанский кооперативный институт, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ МДК 4
1.1. Область применения программы МДК 4
1.2. Место МДК в структуре образовательной программы 4
1.3. Цели и задачи МДК 5
1.4 Количество часов на освоение МДК: 6
1.5 Результаты освоения МДК 6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МДК 7
2.1. Объем МДК и виды учебной работы 7
2.2. Тематический план и содержание МДК 9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МДК 15
3.1 Требования к материально-техническому обеспечению 15
3.2. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения МДК 15
3.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения МДК16
3.4. Особенности реализации МДК для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья 17
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МДК 18

1. ПАСПОРТ МДК

1.1. Область применения программы МДК

Рабочая программа МДК является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом от 15 мая 2014 г. N 539, и учебными планами, утвержденными ученым советом Российского университета кооперации по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующих профессиональных компетенции:

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

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

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

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

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

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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

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

1.2. Место МДК в структуре образовательной программы

МДК.02.03. Маркетинг входит в состав профессионального модуля ПМ.02.

1.3. Цели и задачи МДК

Цель МДК 02.03 Маркетинг - овладеть видом деятельности (ВД) Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

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

иметь практический опыт:

оформления финансовых документов и отчетов;

проведения денежных расчетов;

расчета основных налогов;

анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;

выявления потребностей (спроса) на товары;

реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;

участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;

анализа маркетинговой среды организации;

уметь:

составлять финансовые документы и отчеты;

осуществлять денежные расчеты;

пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;

рассчитывать основные налоги;

анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;

применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;

выявлять, формировать и удовлетворять потребности;

обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;

проводить маркетинговые исследования рынка;

оценивать конкурентоспособность товаров;

знать:

сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;

финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;

основные положения налогового законодательства;

функции и классификацию налогов;

организацию налоговой службы;

методику расчета основных видов налогов;

методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное

обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;

составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;

средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;

методы изучения рынка, анализа окружающей среды;

конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;

этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.

1.4 Количество часов на освоение МДК:

Объем образовательной программы МДК 104 часа, в том числе:

Обязательная часть 94 часа
Вариативная часть 10 часов

Объем образовательной программы МДК 104 часа, в том числе:
Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем 72 часа;
самостоятельная работа обучающегося 30 часов;
консультация 2 часа.

1.5 Результаты освоения МДК

Изучение МДК направлено на формирование у обучающихся следующих **общих и профессиональных компетенций**:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МДК

2.1. Объем МДК и виды учебной работы

Вид учебной деятельности	**Объем часов**
Учебная нагрузка обучающихся (суммарно)	**104**
Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем	**72**
в том числе:	
лекции	36
практические занятия	16
курсовая работа	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**30**

в том числе:	
изучение учебного/теоретического материала (по конспектам лекций), изучение основной и дополнительной литературы	6
подготовка к практическим занятиям	12
подготовка к промежуточной аттестации	12
Консультация	**2**
Промежуточная аттестация проводится в форме *экзамена в 4 семестре*	

2.2. Тематический план и содержание МДК

Наименование разделов междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов / в т.ч. в форме практической подготовки	Формируемые компетенции
1	2		3	4
Раздел 1. Введение				
Тема 1. 1 Маркетинг как философия предпринимательства	**Содержание учебного материала**		2	ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	1	Сущность, происхождение и причины появления маркетинга. Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты		
	2	Цели и функции маркетинга.		
	3	Уровни маркетинга и два главных направления деятельности.		
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебной литературой, запоминание и воспроизведение пройденного материала. Изучение истории развития маркетинга ведущих европейских стран		4	
Тема 1.2. Рынок как объект маркетинга	**Содержание учебного материала**		2	ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	1	Понятие, элементы и классификация рынков.		
	2	Объекты деятельности маркетинга на рынке: нужда, потребность, спрос. Выявление потребностей (спроса) на товары		
	3	Основные направления изучения рынка и факторы влияния на спрос и предложение. Конкурентная среда, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности		
	Практические занятия: Соотношение спроса и предложения. Эластичность спроса на различные товары. Графики спроса и предложения.		1/1	
	Виды маркетинга, зависящие от состояния покупательского спроса. Отработка маркетинговых понятий и использование основных категорий маркетинга в практической деятельности торговых предприятий.		1/1	

	Самостоятельная работа: работа с учебной литературой, запоминание и воспроизведение пройденного материала. Составление матриц потребностей: Теория мотивации А. Маслоу и З. Фрейда. Развитие потребностей человека.	2	
Тема 1. 3. Концепции и принципы современного маркетинга.	**Содержание учебного материала**		ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	1 Эволюция концепций маркетинга, их характеристика. Принципы современного маркетинга. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка	2	
	2 Современный комплекс маркетинга, характеристика элементов	2	
	3 Этапы процесса управления маркетингом на предприятии.		
	Практические занятия: Изучение концепций маркетинга действующих торговых предприятий Комплекс маркетинга. Содержание основных составляющих комплекса маркетинга.	1/1	
	Самостоятельная работа: работа с учебной литературой, запоминание и воспроизведение пройденного материала. Изучение комплекса маркетинга действующих розничных предприятий.	2	
Раздел 2. Окружающая среда маркетинга			
Тема 2.1. Маркетинговая окружающая среда	**Содержание учебного материала**	2	ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	1 Понятие бизнес - среды организации, ее строение. Анализ маркетинговой среды организации		
	2 Элементы микросреды маркетинга, характеристика		
	3 Факторы макросреды, характеристика		
	Практические занятия: Анализ маркетинговой среды и стратегии конкуренции. Решение ситуаций по теме: «Окружающая среда маркетинга»	1/1	
	Самостоятельная работа: работа с учебной литературой, запоминание и воспроизведение пройденного материала. Составление схемы по основным факторам макро и микро среды маркетинга.	2	
Раздел 3. Сегментация рынка потребителей и предприятий			
Тема 3.1.	**Содержание учебного материала**	2	ОК 1. – ОК

Сегментация современного рынка	1	Модель покупательского поведения. Типы поведения на рынке и иерархия жизненных стилей потребителей		4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	2	Понятие сегментации рынка, виды сегментации, ее признаки.		
	3	Позиционирование товара на рынке, его виды.	2	
	4	Стратегии маркетинга по охвату рынка.		
	5	Сегментация рынков B2B		
	Практические занятия: Изучение моделей покупательского поведения. Решение ситуаций		1/1	
	Изучение критериев сегментации и выбор целевых сегментов рынка. Исследование отдельного сегмента, расчет емкости и доли рынка. Составление карт позиционирования		1/1	
	Самостоятельная работа: работа с учебной литературой. Рефераты: Факторы, влияющие на поведение покупателей. Этапы процесса принятия решения о покупке. Сегментация рынка потребительских товаров		2	
Раздел 4. Объекты маркетинга				
Тема 4.1. Товар как элемент комплекса маркетинга.	**Содержание учебного материала**		4	ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	1	Маркетинговое понятие товара, особенности маркетинга услуг. Классификация товаров и услуг.		
	2	Жизненный цикл товара, характеристика этапов		
	3	Критерии конкурентоспособности товара, его потребительские свойства.		
	4.	Рыночная атрибутика товара		
	5.	Товарная политика предприятия: разработка новых товаров, ассортимент, брэндинг.		
	Практические занятия: Изучение уровней товара, классификации		1/1	
	Жизненный цикл товара. Определение этапов ЖЦТ и задач маркетинга на различных этапах.		1/1	
	Самостоятельная работа: работа с учебной литературой, запоминание и воспроизведение пройденного материала. Изучение Закона РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименовании мест происхождения товаров". Доклад:		2	

	История знаменитых мировых брендов.			
Тема 4.2. Цена как элемент комплекса маркетинга	**Содержание учебного материала**		4	ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	1	Понятие цены, ее структура, классификация, факторы, влияющие на формирование цены		
	2	Виды ценовых рынков, характеристика		
	3	Виды ценовых стратегий, характеристика		
	4	Методы ценообразования, характеристика.		
	5	Установление цен на различные товары		
	Практические занятия: Выбор метода ценообразования и расчет цен, определение факторов ценообразования		1/1	
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с учебной литературой, запоминание и воспроизведение пройденного материала. Учебно – исследовательская работа: аналитический обзор цен		2	
Тема 4.3. Система распределения в маркетинге	**Содержание учебного материала**		4	ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	1	Организация товародвижения на предприятии. Распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций		
	2	Каналы распределения, их виды и функции.		
	3.	Виды оптовых и розничных торговых посредников.		
	4	Стратегии распределения: прямой и косвенный маркетинг, вертикальные, горизонтальные и комбинированные системы.		
	Практические занятия: Выбор каналов сбыта для распределения товаров.		1/1	
	Самостоятельная работа: работа с учебной литературой, запоминание и воспроизведение пройденного материала.		2	
Тема 4.4. Продвижение товара на рынок	**Содержание учебного материала**		2	ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК
	1	Понятие комплекса продвижения и его задачи.		
	2	Стимулирование сбыта.		
	3	Метод личных продаж.		

	4	Связи с общественностью.	2	2.1. – ПК 2.9.
	5	Реклама: цели, виды и средства. Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций		
	Практические занятия:		1/1	
	1.	Планирование рекламной компании. Выбор видов продвижения и средств распространения рекламы.		
	2.	Разработка рекламного обращения и бренда, позиционирование своего товара.	1/1	
	3.	Разработка PR – мероприятия, сценария		
	Самостоятельная работа: работа с учебной литературой, запоминание и воспроизведение пройденного материала. Изучение ФЗ « О рекламе» . Понятие ФОССТИС, его составные части и средства. Стили рекламного обращения. Создание товарного знака и логотипа. Выполнение презентаций по теме		4	
Раздел 5. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования				
Тема 5.1. Маркетинговые исследования	**Содержание учебного материала**		2	ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10., ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	1	Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Организационная структура и функциональные задачи службы маркетинга. Методы изучения рынка, анализа окружающей среды		
	2	Система сбора маркетинговой информации на предприятиях		
	3	Методы маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований, их результат. Характеристика основных этапов маркетингового исследования.	2	
	4	**Методы сбора маркетинговой информации, характеристика**		
	Практические занятия: Отработка методики маркетингового исследования. Разработка анкеты и проведение опроса потребителей.		1/1	
	Выполнение маркетингового исследования и анализ результатов собранной информации. Принятие маркетинговых решений.		1/1	
	Самостоятельная работа: проведение маркетингового исследования		4	
Раздел 6. Стратегическое планирование маркетинга				
Тема 6. Планирование маркетинга	**Содержание учебного материала**		2	ОК 1. – ОК 4., ОК 6., ОК 7., ОК 10.,
	Понятие планирование, этапы планирования в маркетинге. Стратегическое планирование. План маркетинга, его составляющие. Управление маркетингом.			

	Практические занятия: Составление плана маркетинга	2/2	ОК 12., ПК 2.1. – ПК 2.9.
	Самостоятельная работа: составление электронной презентации по теме	4	
	Консультации	2	
	Курсовая работа	20	
	Всего	**104**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МДК

3.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Кабинет маркетинга.
Оборудование учебного кабинета:
Стандартная учебная мебель:
Стол письменный;
Столы ученические;
Стул;
Стулья ученические;
Доска аудиторная;
Кафедра.
Оборудование, технические средства обучения:
Переносное мультимедийное оборудование.

3.2. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения МДК

Основная литература:

1. Финансы, денежное обращение и кредит [Электронный ресурс]: учебник /под ред. Т.М. Ковалёва. — Москва : КноРус, 2019. — 168 с. - Режим доступа: https://www.book.ru/book/930019

2. Климович, В.П. Финансы, денежное обращение и кредит [Электронный ресурс]: учебник / В.П. Климович. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2019. — 336 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/989306

3. Галанов, В.А. Финансы, денежное обращение и кредит [Электронный ресурс]: учебник / В.А. Галанов. — 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 414 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/971772

4. Захарьин, В.Р. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Р. Захарьин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 336 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/950868

5. Канке, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.А. Канке, И.П. Кошевая. - 2-е изд., испр. и доп. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 288 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=556741

6. Губина, О.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]: учебник / О.В. Губина, В.Е. Губин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 335 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=927453

7. Парамонова, Т.Н. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2018. - Режим

доступа: https://www.book.ru/book/926685

8. Алексунин, В.А. Маркетинг [Электронный ресурс]/ В.А. Алексунин. - 6-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 216 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/511979

9. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / В.П. Федько [и др.]; под ред. В.П. Федько. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М : Академцентр, 2017. – 368 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/881385

Дополнительная литература:

1. Ильина, В.Н. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Н. Ильина. — Москва : КноРус, 2018. — 221 с. - (СПО) - Режим доступа: https://www.book.ru/book/927094

2. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебник / под ред. Л.И. Гончаренко. — Москва : КноРус, 2018. — 239 с. - Режим доступа: https://www.book.ru/book/927740

3. Налоги и налогообложение. Практикум [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н.И. Яшина [и др.].— М.: РИОР: ИНФРА-М. 2019. — 118 с. + Доп. материалы. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/982560

4. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Электронный ресурс]: учебник / Г.В. Савицкая. — 6-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 378 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=939018

5. Мельник, М.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Электронный ресурс]: учеб. пособие / М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 208 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=760132

6. Фридман, А.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]: учебник / А.М. Фридман. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 264 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/945976

7. Хазанович, Э.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Э.С. Хазанович. — Москва : КноРус, 2017. — 271 с. - Режим доступа: https://www.book.ru/book/921742

8. Герасимов, Б. И. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарикова. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/977930

3.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения МДК

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

- https://www.book.ru/ - ЭБС Book.ru
- http://www.iprbookshop.ru - ЭБС IPRbooks
- https://ibooks.ru/ -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
- https://rucont.ru/ - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
- http://znanium.com/ - ЭБС Znanium.com
- https://dlib.eastview.com/- База данных East View

2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

3. Лицензионно программное обеспечение

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All LngLic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензиянапакет Office Professional Plus)

b. Windows 8

2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система

3. Система тестирования INDIGO.

4. 1С: Предприятие 8

4. Свободно распространяемое программное обеспечение

1. AdobeAcrobat – свободно-распространяемое ПО

2. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

3.4. Особенности реализации МДК для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация учебного процесса, в том числе промежуточной аттестации для студентов имеющих ограниченные возможности здоровья и (или) инвалидов осуществляется с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей).

Создание безбарьерной среды направлено на потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: с нарушениями зрения; с нарушениями слуха; с ограничением двигательных функций.

Предусмотрена возможность альтернативных устройств ввода информации: специальная операционная система Windows, такая как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настраивать действия Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши. Для

слабослышащих студентов имеется в наличии звукоусиливающая аппаратура, мультимедийные средства и видеоматериалы.

Обучающиеся инвалиды, как и все остальные студенты, могут обучаться по индивидуальному учебному плану в установленные сроки с учетом особенностей и образовательных потребностей обучающегося.

Вся образовательная информация, представленная на официальном сайте университета, соответствует стандарту обеспечения доступности web-контента (WebContentAccessibility). Веб-контент доступен для широкого круга пользователей с ограниченными возможностями здоровья. В университете установлена лицензионная программа Website x5 free 10 (программа для бесплатного создания сайтов).

При необходимости для прохождения учебной практики имеется возможность создания рабочего места в учебном корпусе.

Государственная итоговая аттестация выпускников вуза с ограниченными возможностями здоровья является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы в полном объеме, включая защиту выпускной квалификационной (дипломной) работы.

Выпускники с ограниченными возможностями здоровья при подготовке к государственной итоговой аттестации и в период ее проведения имеют возможность доступа в аудитории, к библиотечным ресурсам института.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МДК

Контроль и оценка результатов освоения МДК осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися самостоятельной работы.

Оценка качества освоения программы МДК включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию по итогам освоения МДК.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
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.	Соблюдение требований к структуре задания при составлении; правильные расчеты в задании; информативность и обоснованность краткого отчета	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем. .	Соблюдение требований заполнения финансовых документов; соблюдение правильности отбора экономических показателей.	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	Правильно проводить анализ финансово-хозяйственной деятельности торгово-розничных предприятий за предшествующий и отчетный годы.	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Анализировать финансово-хозяйственную деятельность и разрабатывать мероприятия для выполнения поставленных целей Правильность и точность расчёта экономических показателей работы организации, цены и заработной платы.	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Соблюдение требований к структуре при составлении простейших объявлений; аргументированность преимуществ торгового предложения; формирование спроса и стимулирование сбыта товаров Соблюдение требований к структуре при составлении простейших объявлений; аргументированность преимуществ торгового предложения; формирование спроса и стимулирование сбыта товаров	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Грамотно и лаконично обосновывать в письменной форме определение вида спроса на товары. Коммуникабельность в	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.

	процессе проведения маркетинговых коммуникаций и распространения коммерческой и рекламной информации.	
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Грамотно осуществлять подбор соответствующего типа маркетинга. Осуществлять разработку задач маркетинга и оформлять в бланк. Анализировать и грамотно отражать в письменной форме подбор средств стимулирования сбыта для выполнения поставленных целей организации. Определять виды спроса на товары. Значимость материалов для проведения опроса, соответствие простейших опросных анкет по сбору количественной и качественной информации целям и задачам опроса при проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Анализировать и прописывать в бланке сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации. Формулирование вопросов по условиям приобретения и использования предлагаемых товаров и услуг у конкурентов; оценивание конкурентоспособности товаров; обоснованность конкурентных преимуществ организации	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-	Правильно и грамотно оформлять расчетные	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы,

хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	данные в таблицу поясняя используемые приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности. Соблюдение требований заполнения финансовых документов; соблюдение правильности отбора экономических показателей.	контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Соответствие представления о сущности и значимости будущей профессии объективной реальности. Адекватность самооценки при освоении профессии.	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Формирование умений осуществлять собственную деятельность, выбирать соответствующие методы и способы для выполнения профессиональных задач, а также умений давать оценку качества выполненной работы	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Соответствие выбора совокупности действий при выполнении поставленных задач установленным требованиям. Правильность самоанализа при оценке эффективности и качества выполненных задач.	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Использование различных источников для эффективного поиска необходимой информации.	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Сформированность коммуникативных компетенций при общении с коллегами, руководством, потребителями.	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование повышения квалификации, способности самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием.	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.	Применение психологических приемов общения, норм и правил поведения при общении с коллегами, руководством, потребителями	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Формирование точного представления о наступлении административной и уголовной ответственности за коррупционное поведение.	Презентации, кейс-задачи, реферат, эссе, опросы, контрольная работа. Курсовая работа. Экзамен.