

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Институт экономики и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума  
ученого совета ННГУ  
протокол № 13 от 30.11.2022

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

**Специальность среднего профессионального образования**  
**38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»**

**Квалификация выпускника**  
**менеджер по продажам**

**Форма обучения**  
**Очная**

Рабочая программа профессионального модуля составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Авторы:

Старший преподаватель кафедры торгового дела \_\_\_\_\_ Муранова Т.Д.

Преподаватель отделения СПО ИЭП \_\_\_\_\_ Бердникова О.А

Преподаватель отделения СПО ИЭП \_\_\_\_\_ Судоргина А.А.

Преподаватель отделения СПО ИЭП \_\_\_\_\_ Тюкаева И.К.

Программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии №6 от 14.11.2022.

Председатель методической комиссии института экономики и предпринимательства  
к.э.к.н., доцент Макарова С.Д

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	12
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	36
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....	40

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

### **1.1. Область применения программы**

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

– организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.

и соответствующих

*общих компетенций (ОК):*

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 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

*профессиональных компетенций (ПК):*

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

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

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

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

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

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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

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

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по специальности СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

## **1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля**

Цель профессионального модуля - формирование у студентов знаний, умений и практических навыков в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности предприятия.

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

### **иметь практический опыт:**

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

### **уметь:**

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

### **знать:**

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег,

денежного обращения;

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

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Очная форма обучения

всего – 543 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 471 час, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 322 часов;

в т.ч. работа с преподавателем – 302 часа

консультации – 20 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 149 час;

производственной практики – 72 часа.

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности - «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 2.1.	<b>знать:</b> организацию аналитической работы; финансовое планирование и методы финансового контроля основные положения налогового законодательства; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности; <b>уметь:</b> применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа; <b>иметь практический опыт:</b> оформления финансовых документов и отчетов
ПК 2.2.	<b>знать:</b> организацию аналитической работы;

Код	Наименование результата обучения
	<p>анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;</p> <p><b>уметь:</b> составлять финансовые документы и отчеты; анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа; обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке</p> <p><b>иметь практический опыт:</b> оформления финансовых документов и отчетов; анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</p>
ПК 2.3.	<p><b>знать:</b> методику расчета основных видов налогов; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли; составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; методы изучения рынка, анализа окружающей среды.</p> <p><b>уметь:</b> рассчитывать основные налоги; анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; выявлять, формировать и удовлетворять потребности; обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке</p> <p><b>иметь практический опыт:</b> расчета основных налогов; анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; выявления потребностей (спроса) на товары</p>
ПК 2.4.	<p><b>знать:</b> сущность и функции денег, денежного обращения; 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; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности.</p> <p><b>уметь:</b> составлять финансовые документы и отчеты; осуществлять денежные расчеты; пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения; рассчитывать основные налоги;</p>

Код	Наименование результата обучения
	<p>анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций</p> <p><b>иметь практический опыт:</b></p> <p>анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</p>
ПК 2.5.	<p><b>знать:</b></p> <p>составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</p> <p>средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров.</p> <p><b>уметь:</b></p> <p>выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</p> <p>обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке</p> <p><b>иметь практический опыт:</b></p> <p>выявления потребностей (спроса) на товары;</p> <p>реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</p>
ПК 2.6.	<p><b>знать:</b></p> <p>маркетинговые коммуникации и их характеристику;</p> <p>методы изучения рынка, анализа окружающей среды</p> <p><b>уметь:</b></p> <p>обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</p> <p><b>иметь практический опыт:</b></p> <p>реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</p> <p>участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций</p>
ПК 2.7.	<p><b>знать:</b></p> <p>методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</p> <p>этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.</p> <p><b>уметь:</b></p> <p>выявлять потребности;</p> <p>проводить маркетинговые исследования рынка;</p> <p><b>иметь практический опыт:</b></p> <p>выявления потребностей (спроса) на товары;</p> <p>реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</p>
ПК 2.8.	<p><b>знать:</b></p> <p>составные элементы маркетинговой деятельности</p> <p>средства: распределения и продвижения товаров;</p> <p>конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности</p> <p><b>уметь:</b></p> <p>формировать и удовлетворять потребности;</p> <p>обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке</p> <p>оценивать конкурентоспособность товаров</p> <p><b>иметь практический опыт:</b></p> <p>реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</p> <p>анализа маркетинговой среды организации</p>
ПК 2.9.	<p><b>знать:</b></p> <p>сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;</p>



Код	Наименование результата обучения
	<p>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</p> <p><b>уметь:</b>  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</p> <p><b>иметь практический опыт:</b>  оформления финансовых документов и отчетов;  проведения денежных расчетов;  расчета основных налогов;  анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</p>
ОК 01.	<p><b>знать:</b>  область своей профессиональной деятельности;  основные и социальные особенности работы по избранной профессии;</p> <p><b>уметь:</b>  ставить цели;  ориентироваться в современной экономической и социальной ситуации в России и мире;</p> <p><b>иметь практический опыт:</b>  обобщения информации;  определения значимости своей будущей профессии.</p>
ОК 02.	<p><b>знать:</b>  основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации;  технологии поиска информации в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;</p> <p><b>уметь:</b>  использовать информационные ресурсы для поиска информации;  обрабатывать текстовую и табличную информацию;</p> <p><b>иметь практический опыт:</b>  поиска информации</p>
ОК 03.	<p><b>знать:</b></p>

Код	Наименование результата обучения
	методы выполнения задач; <b>уметь:</b> эффективно организовывать собственную деятельность; <b>иметь практический опыт:</b> определения эффективности собственной деятельности
ОК 04.	<b>знать</b> средства установления контакта в коллективе; <b>уметь:</b> проявлять организованность и исполнительскую дисциплину; <b>иметь практический опыт:</b> работы в коллективе и в команде
ОК 05.	<b>знать:</b> способы и методы логического мышления и аргументированного разъяснения; основы устной и письменной речи; <b>уметь:</b> правильно и ясно излагать свои мысли устно и письменно; <b>иметь практический опыт:</b> публичной и научной речи, составления официальных писем
ОК 06.	<b>знать:</b> основные положения Конституции Российской Федерации; права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации; <b>уметь:</b> использовать необходимые нормативные документы; анализировать и оценивать результаты и последствия деятельности (бездействия) с правовой точки зрения; <b>иметь практический опыт:</b> соблюдения действующего законодательства
ОК 07.	<b>знать:</b> сущность процесса познания; о социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологий; <b>уметь:</b> ставить цели и определять задачи; <b>иметь практический опыт:</b> определения целей и задач профессионального развития
ОК 08 .	<b>знать</b> понятия стандартных и нестандартных ситуаций; <b>уметь:</b> распознавать стандартные и нестандартные ситуации; <b>иметь практический опыт:</b> определения стандартных и нестандартных ситуаций
ОК 09.	<b>знать:</b> основные положения Конституции Российской Федерации; права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации; <b>уметь:</b> использовать необходимые нормативные документы; анализировать и оценивать результаты и последствия деятельности

Код	Наименование результата обучения
	(бездействия) с правовой точки зрения; <b>иметь практический опыт:</b> соблюдения действующего законодательства

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

*Очной формы обучения*

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Консультации	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5, ОК 6; ОК 7; 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	МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	79	45	27	-	34	-	-	-	-
ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5, ОК 6; ОК 7; 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	МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	90	54	27	-	26	-	10	-	-
ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5, ОК 6; ОК 7; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 2.4; ПК 2.5	МДК.02.03 Маркетинг	118	78	32	16	30	-	10	-	-

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Консультации	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5, ОК 6; ОК 7; ПК 2.3; ПК 2.4; ПК 2.5; ПК 2.7; ПК 2.8	МДК.02.04 Основы внешнеэкономической деятельности	72	32	16	-	40		-		
ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5, ОК 6; ОК 7; ПК 2.3; ПК 2.5; ПК 2.6; ПК 2.7; ПК 2.8	МДК.02.05 Реклама	112	93	48		19		-		
ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; 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	ПМ.02.ЭК Экзамен квалификационный	-	-	-		-		-	-	-
ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; , ОК 5, ОК 6; ОК 7; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 2.4; ПК 2.5;	ПП.02.01 Производственная практика (по профилю	72	-						-	72

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Консультации	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 2.6; ПК 2.7; ПК 2.8; ПК 2.9	специальности)									
	Всего:	543	302	150	16	149	-	20	-	72

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: практические занятия, производственную практику.

На проведение практических занятий в форме практической подготовки отводится 60 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических умений/навыков

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;

- профессиональных компетенций 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

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (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) (если предусмотрены)	Объем часов Очной формы обучения	Уровень освоения
1	2	3	5
<b>Тема 1.</b> Сущность, функции и роль финансов. Финансовые ресурсы	Содержание учебного материала Сущность, функции и роль финансов. Финансовые ресурсы	1	1
	Практические занятия: доклады, дискуссии - Звенья финансовой системы - Участники финансовых отношений	1	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическим занятиям	2	2, 3
<b>Тема 1.2.</b> Основы функционирования государственных и муниципальных финансов	Содержание учебного материала Основы функционирования государственных и муниципальных финансов	1	1
	Практические занятия: доклады, дискуссии, решение задач - Структура государственных и муниципальных финансов - Основные направления налоговой и бюджетной политики	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическим занятиям	2	2, 3
<b>Тема 1.3.</b> Финансы организаций. Финансы физических лиц	Содержание учебного материала Финансы организаций. Финансы физических лиц	2	1
	Практические занятия: решение практических задач - Корпоративные финансы - Личные финансы	3	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическим занятиям	2	2, 3
<b>Тема 2.1.</b> Основы налоговой системы РФ	Содержание учебного материала Основы налоговой системы РФ	2	1
	Практические занятия: доклады, дискуссии - Классификация налоговых платежей	2	2, 3

	- Налоговый контроль		
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическим занятиям	2	2, 3
<b>Тема 2.2.</b> Косвенные налоги: НДС и акциз	Содержание учебного материала Косвенные налоги: НДС и акциз	2	1
	Практические занятия: решение задач - НДС - Акциз	4	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическим занятиям	2	2, 3
<b>Тема 2.3.</b> Налог на прибыль	Содержание учебного материала Налог на прибыль.	2	1
	Практические занятия: решение задач Налоговый учет Амортизация Расходы, доходы	3	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическим занятиям	3	2, 3
<b>Тема 2.4.</b> Налог на доходы физических лиц	Содержание учебного материала Налог на доходы физических лиц	2	1
	Практические занятия: решение задач -Налоговые вычеты - Материальная выгода - Налоговая декларация	4	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическим занятиям	3	2, 3
<b>Тема 2.5.</b> Региональные и местные налоги	Содержание учебного материала Региональные и местные налоги	2	1
	Практические занятия: решение задач - Транспортный налог, налоги на игорный бизнес, имущество организаций - Земельный налог, налог на имущество физлиц, торговый сбор	3	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическим занятиям	2	2, 3
<b>Тема 2.6.</b> Специальные	Содержание учебного материала	2	1



налоговые режимы	Специальные налоговые режимы		
	Практические занятия: решение задач - УСН _ ЕСХН	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практическим занятиям	2	2, 3
<b>Всего:</b>		79	
Раздел 1. Теория экономического анализа			
<b>Тема 1.1. Введение в анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>	Содержание учебного материала		
	Содержание дисциплины, её задачи, связь с другими дисциплинами, с теорией и практикой рыночной экономики. Значение дисциплины для подготовки специалистов в условиях многообразия и равноправия различных форм собственности.	2	2
<b>Тема 1.2. Теория и задачи экономического анализа</b>	Содержание учебного материала		
	Краткая характеристика развития анализа финансово-хозяйственной деятельности в России. Взаимосвязь финансово-хозяйственного анализа и смежных наук. Общая схема экономического анализа деятельности организации. Классификация видов экономического анализа, содержание, задачи и методика проведения текущего анализа. Краткая характеристика видов экономического анализа.	2	2
	Практическая работа «Методы расчета относительных и средних величины»	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающегося «Изучение конспектов, изучение материалов по дисциплине Анализ финансово-хозяйственной деятельности»	6	2, 3
Раздел 2. Организация и информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности			
<b>Тема 2.1. Планирование аналитической работы. Информационное и методологическое обеспечение анализа</b>	Содержание учебного материала		
	Понятие экономической информации; основные требования к экономической информации: достоверность, актуальность, оперативность, точность. Виды источников информации. Приемы экономического анализа, их классификация и краткая характеристика. Методы экономического анализа, их особенности, краткая характеристика и область применения традиционных методов экономического анализа.	2	2
	Практические занятия: решение задач по оценке и диагностике причин отклонения фактических результатов от заданных значений различными приемами и способами экономического анализа	4	2, 3
	Самостоятельная работа обучающегося «Изучение конспектов, изучение материалов	4	2, 3

	по дисциплине Анализ финансово-хозяйственной деятельности»		
Раздел 3. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации		4	
<b>Тема 3.1 Анализ производства и реализации продукции</b>	Содержание учебного материала		
	Анализ объема производства продукции по стоимостным показателям. Зависимость между производственным снабжением, процессом производства и реализацией готовой продукции. Показатели объема реализации продукции; оценка динамики реализации продукции организации; факторы, влияющие на объем реализации. Резервы увеличения объема реализации, повышения конкурентоспособности продукции организации.	2	2
<b>Тема 3.2 Анализ товарооборота предприятий торговли и общественного питания</b>	Содержание учебного материала		
	Задачи анализа товарооборота, его информационное обеспечение. Направления анализа товарооборота: анализ динамики и сезонных колебаний, анализ равномерности и ритмичности продаж, анализ состава товарооборота, анализ структуры ассортимента, анализ безубыточности и запаса финансовой прочности, факторный анализ товарооборота	2	2
<b>Тема 3.3 Анализ состояния и эффективности использования ресурсов организации</b>	Содержание учебного материала		
	Цели, задачи, источники анализа. Показатели использования ресурсов и задачи анализа. Анализ движения основных средств. Анализ состава и структуры основных средств, их состояния. Алгоритм анализа использования ресурсов организации: средств в обороте (в товарах), материальных ресурсов, основных фондов (капитальных ресурсов), трудовых ресурсов. Анализ обеспеченности организации ресурсами. Оценка влияния экстенсивного и интенсивного использования средств труда на приращение объема производства и реализации продукции. Резервы повышения эффективности использования ресурсов организации. Оценка влияния эффективности использования ресурсов на прибыль	6	2
<b>Тема 3.4 Анализ расходов организации.</b>	Внешние и внутренние факторы, влияющие на себестоимость продукции. Факторный анализ себестоимости продукции. Взаимосвязь затрат на производство, объема реализации и прибыли. Расчет структуры затрат. Анализ себестоимости по отдельным статьям и элементам затрат. Анализ расходов на продажу (в торговле). Определение суммы абсолютной и относительной экономии расходов. Анализ уровня расходов на продажу. Резервы снижения расходов организации.	4	2
<b>Тема 3.5 Анализ</b>	Содержание учебного материала		

<b>фонда заработной платы</b>	Значение и задачи анализа. Определение суммы абсолютной и относительной экономии расходов на оплату труда. Анализ уровня оплаты труда персонала предприятия.	2	2
		1	2
<b>Тема 3.6 Анализ финансовых результатов и рентабельности организации</b>	Содержание учебного материала		
	Задачи и источники анализа финансовых результатов деятельности предприятия. Анализ состава и динамики прибыли предприятия.. Экономические факторы, влияющие на величину прибыли. Факторный анализ прибыли от продаж, прибыли до налогообложения. Система показателей рентабельности, их характеристика и факторный анализ рентабельности. Резервы увеличения прибыли, повышения рентабельности	2	2
	Практическая работа «Анализ производства и реализации продукции», «Анализ качества продукции и ритмичности выпуска», «Анализ товарооборота», «Анализ эффективности использования основных производственных фондов», «Анализ оборачиваемости оборотных средств», «Анализ эффективности использования материальных ресурсов», «Анализ производительности труда и трудоемкости», «Анализ фонда заработной платы», «Анализ общей суммы затрат на производство продукции и затрат на рубль произведенной продукции», «Анализ суммы и уровня расходов на продажу», «Анализ доходов и финансовых результатов организации». «Анализ рентабельности предприятия»	17	2, 3
	Самостоятельная работа обучающегося «Изучение конспектов, изучение материалов по дисциплине Анализ финансово-хозяйственной деятельности»	10	2, 3
Раздел 4. Финансовый анализ организации			
<b>Тема 4.1 Анализ структуры бухгалтерского анализа</b>	Содержание учебного материала		
	Выявление «больных» статей отчетности. Анализ имущественного положения. Оценка структуры, состава и динамики собственных оборотных средств.	1	2
<b>Тема 4.2 Анализ финансового состояния предприятия и его финансовой устойчивости</b>	Содержание учебного материала		
	Система показателей, характеризующих финансовое состояние. Экспресс-анализ финансового состояния. Этапы экспресс-анализа. Детализированный анализ финансового состояния, его цель, основные этапы. Расчет, анализ и оценка показателей финансовой устойчивости организации. Характеристика типов финансовой устойчивости. Понятие ликвидности организации, ликвидности активов, платежеспособности организации. Анализ финансовых коэффициентов и их группировка по экономическому смыслу	2	2

	Практическая работа «Анализ и оценка бухгалтерского баланса», «Расчет показателей финансовой устойчивости», «Анализ ликвидности бухгалтерского баланса», «Расчет и оценка финансовых коэффициентов платежеспособности», «Оценка типа финансовой устойчивости на основе трехкомпонентного показателя»	4	2, 3
	Самостоятельная работа обучающегося «Изучение конспектов, изучение материалов по дисциплине Анализ финансово-хозяйственной деятельности»	6	2, 3
<b>Консультации</b>		10	2, 3
<b>Всего:</b>		90	
Тема 1 Понятие и сущность маркетинга	Содержание учебного материала Экономические основы маркетинга. Сущность категорий «нужда», «потребность», «спрос», «товар», «рынок». Понятие концепции управления маркетингом. Эволюция концепций маркетинга. Производственная концепция. Товарная концепция. Сбытовая концепция. Рыночная (или потребительская) концепция. Социально-этическая концепция. Маркетинг партнерских отношений. Причины применения концепции маркетинга. Современные тенденции в развитии маркетинга. Сферы применения маркетинга.	2	1
	Практические занятия Выполнение практического задания из ФОС согласно распределению тем и компетенциям	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение темы (лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Подготовка к тесту. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	2, 3
Тема 2 Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала Понятие маркетинговой среды и ее составные части. Макросреда. Микросреда. PEST-анализ. SWOT-анализ. Метод средневзвешенной балльной экспертной оценки.	2	2
	Практические занятия Выполнение практического задания из ФОС согласно распределению тем и компетенциям	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	2, 3
Тема 3 Виды потребителей и их поведение	Содержание учебного материала Потребитель, покупательское поведение различных типов потребителей. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей. Характеристика индивидуальных	2	1

	потребителей. Моделирование поведения индивидуальных потребителей. Типы поведения потребителей в процессе принятия решения о покупке. Поведение после покупки, познавательный диссонанс. Покупатели от имени организации: особенности, факторы поведения. Промышленные закупки. Ситуации при промышленных закупках. Этапы процесса закупки.		
	Практические занятия Выполнение практического задания из ФОС согласно распределению тем и компетенциям	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	5	2, 3
Тема 4 Сегментация рынка и позиционирование	Содержание учебного материала Сегмент и сегментация рынка. Классификационные признаки определения рынка потребителей. Методы сегментирования. Варианты действия организации при выборе целевых сегментов. Позиционирование товара и основные подходы к нему. Варианты определения организацией своей рыночной позиции.	2	1
	Практические занятия Выполнение практического задания из ФОС согласно распределению тем и компетенциям	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	2, 3
Тема 5 Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала Маркетинговые исследования, качественные и количественные исследования, панельные исследования, постоянные и разовые исследования, кабинетные исследования, полевые исследования. Методы проведения полевых исследований: наблюдение, эксперимент, опрос. Типы вопросов. Анкета. Маркетинговая выборка. Маркетинговая информационная система (МИС)	3	1
	Практические занятия Выполнение практического задания из ФОС согласно распределению тем и компетенциям	3	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным интернет-ресурсам). Выполнение самостоятельной работы №3. подготовка презентации (по выбранной теме)	5	2, 3

Тема 6 Управление товаром. Жизненный цикл товара	Содержание учебного материала Товар, классификация товаров. Жизненный цикл товара. Марка, товарный знак, управление марочной политикой, марочные стратегии. Упаковка, сервисное обслуживание. Бренд, брендинг, бренд-менеджмент. Товарный ассортимент, товарная линия, товарная единица.	2	1
	Практические занятия Выполнение практического задания из ФОС согласно распределению тем и компетенциям	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	2, 3
Тема 7. Управление ценой. Ценообразование.	Содержание учебного материала Цена, ценообразование, ценовая политика. Методы расчета цены на товар (услугу) Установление цены. Стратегии адаптации цен. Ценовые скидки и поощрения. Ценовое стимулирование сбыта. Уценка товара. Оценка эффективности принятых решений	2	2
	Практические занятия Выполнение практического задания из ФОС согласно распределению тем и компетенциям	2	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	6	2, 3
Тема 8 Управление распределением и продвижением товара	Содержание учебного материала Каналы распределения, их функции и типы. Цели и стратегии распределения. Классификация торговых посредников. Организационные формы каналов распределения. Прямой маркетинг. Маркетинговые коммуникации. Роль элементов комплекса продвижения. Личные продажи. Реклама. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью.	3	2
	Практические занятия Выполнение практического задания из ФОС согласно распределению тем и компетенциям	3	2, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение темы (по учебнику, лекциям, избранным Интернет-ресурсам). Подготовка к тестированию. Подготовка к написанию курсовой работы.	4	2, 3
<b>Примерная тематика курсового проекта по маркетингу.</b> 1. Маркетинговое исследование конкурентоспособности товара в розничном торговом предприятии.		2, 3	

<div>2. Маркетинговое исследование конкурентоспособности товара в оптовом торговом предприятии.</div> <div>3. Маркетинговое исследование конкурентоспособности розничного торгового предприятия.</div> <div>4. Маркетинговое исследование конкурентоспособности оптового торгового предприятия.</div> <div>5. Маркетинговое исследование реализованного спроса потребителей в розничном торговом предприятии.</div> <div>6. Маркетинговое исследование реализованного спроса потребителей в оптовом торговом предприятии.</div> <div>7. Маркетинговое исследование неудовлетворенного спроса потребителей в розничном торговом предприятии.</div> <div>8. Маркетинговое исследование неудовлетворенного спроса потребителей в оптовом торговом предприятии.</div> <div>9. Маркетинговое исследование удовлетворенности потребителей организацией обслуживания в розничном торговом предприятии.</div> <div>10. Маркетинговое исследование удовлетворенности потребителей организацией обслуживания в оптовом торговом предприятии.</div> <div>11. Маркетинговое исследование влияния цен реализации на потребительский спрос.</div> <div>12. Маркетинговое исследование цен конкурентов.</div> <div>13. Маркетинговое исследование отношения потребителей к методу продажи в розничном торговом предприятии.</div> <div>14. Маркетинговое исследование стимулирования спроса в розничном торговом предприятии.</div> <div>15. Маркетинговое исследование стимулирования спроса в оптовом торговом предприятии.</div> <div>16. Маркетинговое исследование продвижения товара (услуги) в розничном торговом предприятии.</div> <div>17. Маркетинговое исследование продвижения товара (услуги) в оптовом торговом предприятии.</div> <div>18. Маркетинговое исследование мерчандайзинга в розничном торговом предприятии.</div> <div>19. Маркетинговое исследование процесса продажи товаров в розничном торговом предприятии.</div> <div>20. Маркетинговое исследование процесса продажи товаров в оптовом торговом предприятии.</div> <div>21. Маркетинговое исследование рекламы товаров в розничном торговом предприятии</div> <div>22. Маркетинговое исследование рекламы товаров в оптовом торговом предприятии.</div> <div>23. Маркетинговое исследование процесса личных продаж.</div> <div>24. Маркетинговое исследование процесса продаж при частичном самообслуживании.</div> <div>25. Маркетинговое исследование процесса продаж в Интернет-торговле.</div> <div>Маркетинговое исследование процесса продаж по образцам.</div>			
Консультации		10	1, 2, 3
Всего		118	
Тема 1. Содержание и организация внешнеэкономической деятельности	Содержание учебного материала Понятие внешнеэкономической деятельности, основные формы внешнеэкономических связей. Внешнеэкономический комплекс страны, субъекты ВЭД. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации. Основные документы, регулирующие внешнеэкономическую деятельность на	8	1

	современном этапе.		
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение темы (по учебникам, лекциям, избранным интернет-ресурсам), подготовка к практическому занятию	6	3
<b>Тема 2. Виды внешнеэкономических операций</b>	Содержание учебного материала Виды внешнеэкономических операций по направлениям торговли. Экспортные операции. Импортные. Резкспортные и реимпортные операции. Понятие и значение встречной торговли. Компенсационные сделки на безвалютной основе. Производственная кооперация и промышленное сотрудничество.	7	2
	Практические занятия Тестирование, доклад-презентация, решение практических задач	10	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение темы (по учебникам, лекциям, избранным интернет-ресурсам), подготовка к практическому занятию	6	3
<b>Тема 3. Таможенно- тарифное регулирование в РФ</b>	Содержание учебного материала Основные понятия по таможенному регулированию. Таможенные платежи и методы их определения. Сущность таможенных процедур. Деятельность в сфере таможенного дела.	8	1
	Практические занятия Тестирование, доклад-презентация, решение практических задач	10	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение темы (по учебникам, лекциям, избранным интернет-ресурсам), подготовка к практическому занятию	6	3
<b>Тема 4. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности.</b>	Содержание учебного материала Особенности международного маркетинга, его цели. Информационные источники международного маркетинга. Методы изучения международных рынков. Выбор и изучение партнеров во внешнеэкономической деятельности. Оценка конкурентоспособности товара и фирмы на внешних рынках. Стратегии международного маркетинга.	7	3
	Практические занятия Тестирование, доклад-презентация, решение практических задач	10	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение темы (по учебникам, лекциям, избранным интернет-ресурсам), подготовка к практическому занятию	6	3



<b>Тема 5. Подготовка и содержание внешнеторгового договора.</b>	Содержание учебного материала Подготовка условий внешнеторговой сделки. Коммерческое предложение. Оферта. Запрос и заказ. Виды внешнеторговых договоров. Структура и содержание внешнеторгового контракта. Оформление договора. Экономические, юридические и транспортные условия сделки. Базисные условия поставки. Инкотермс-2010.	8	3
	Практические занятия Тестирование, доклад-презентация, решение практических задач	10	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение темы (по учебникам, лекциям, избранным интернет-ресурсам), подготовка к практическому занятию	6	3
<b>Тема 6. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности.</b>	Содержание учебного материала Понятие мировой цены. Источники информации о ценах, ценовой анализ при подготовке сделки. Содержание современных ценовых стратегий. Контрактная цена и способы ее фиксации. Методики расчета цен внешнеторговых сделок. Коммерческие поправки к ценам	7	2
	Практические занятия Тестирование, доклад-презентация, решение практических задач	12	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение темы (по учебникам, лекциям, избранным интернет-ресурсам), подготовка к практическому занятию	8	3
<b>Тема 7. Международные посреднические операции</b>	Содержание учебного материала Содержание посреднических операций. Виды посредников на внешнем рынке, условия их работы. Выбор посредников. Комиссионные, консигнационные, дистрибьюторские, агентские операции. Особенности соглашений с отдельными видами посредников. Вознаграждение посредников	8	2
	Практические занятия Тестирование, доклад-презентация, решение практических задач	10	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение темы (по учебникам, лекциям, избранным интернет-ресурсам), подготовка к практическому занятию	8	3
<b>Тема 8 Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности..</b>	Содержание учебного материала Значение и условия транспортного обслуживания внешнеэкономической деятельности. Виды транспортных перевозок и транспортные технологии для обеспечения внешнеторговых сделок. Современные транспортно-технологические системы международных перевозок грузов. Транспортные посредники.	7	3

	Практические занятия Тестирование, доклад-презентация, решение практических задач	10	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение темы (по учебникам, лекциям, избранным интернет-ресурсам), подготовка к практическому занятию	8	3
<b>Всего</b>		172	
<b>Тема 1.1 Предмет, сущность и задачи современной рекламы</b>	Содержание учебного материала	4	2
	Сущность системы маркетинговых коммуникаций (СМК). СМК и жизненный цикл товара. Определение рекламы. Предмет, сущность и задачи современной рекламы в торговле. Основные цели рекламы: создание осведомленности, предоставление необходимой информации, формирование благосклонности, создание предпочтения, формирование убежденности, побуждение к приобретению продукта или услуги. Основные функции рекламы.		
	Практическое занятие №1.	2	2
	<u>Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций (СМК).</u> Собеседование по теме: 1. Сущность маркетинговых коммуникаций. 2. Достоинства и недостатки разных элементов СМК. 3. Выполнение практических заданий. <u>Изучение целей и функций рекламы на примере рекламы в СМИ.</u> Собеседование по теме: 1. Понятие и основные признаки рекламы. 2. Реклама и информация: основные отличия. 3. Роль рекламы в рыночной экономике. Значение рекламы. 4. Функции рекламы. 5. Классификация рекламы исходя из целей, определяемых стадиями ЖЦТ 6. Правовые, социально-экономические и этические аспекты рекламной деятельности. 7. Выполнение практических заданий. 8. Подготовка доклада на тему: Применение комплекса маркетинговых коммуникаций в розничной торговле на примере сети магазинов. 9. Тестирование по теме.		
<b>Тема 1.2 Основные этапы развития рынка рекламы в</b>	Содержание учебного материала	4	2
	Основные этапы развития рекламы. История возникновения и развития рекламы (в государствах Древнего мира, в Западной Европе и США, в России). Периоды развития		

России и за рубежом	рекламы. Современный рынок рекламы: тенденции развития мирового рынка рекламы и рынка рекламы в России.		
	Практическое занятие №2.	4	2
	<p>Собеседование по вопросам:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. История возникновения и развития рекламы (в государствах Древнего мира, в Западной Европе и США, в России).</li> <li>2. Процесс развития рекламы как особой формы коммуникации с древних времен до настоящего времени и его связь с экономическими, политическими и культурными контекстами различных периодов развития пашей цивилизации.</li> <li>3. Реклама как фактор культурной, политической и экономической жизни общества</li> <li>4. Реклама как важное связующее звено между производителем и потребителем, способствующее развитию общества.</li> <li>5. Крупнейшие рекламные агентства</li> <li>6. Крупнейшие рекламодатели</li> <li>7. Наиболее рекламируемые товары в средствах массовой информации</li> <li>8. Презентация докладов на тему «История рекламы» (2ч).</li> </ol> <p><b>Темы для докладов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) История печатной рекламы</li> <li>2) История интернет-рекламы</li> <li>3) История телевизионной рекламы</li> <li>4) История рекламы в прессе</li> <li>5) История indoor - рекламы</li> <li>6) Крупнейшие рекламодатели мира и их проекты</li> <li>7) История рекламного агентства.</li> <li>8) «Пипл-метрические измерения телевизионной аудитории как основной вид медиаисследований»;</li> <li>9) «Технология использования различных творческих подходов в телерекламе»;</li> <li>10) «Современное состояние российского рынка телевизионной рекламы»;</li> <li>11) «Искусство съемки телевизионной рекламы»;</li> <li>12) «Искусство съемки радиорекламы»;</li> <li>13) «Современное состояние российского рынка радиорекламы»;</li> <li>14) «Анализ целевой аудитории различных телевизионных программ (ток-шоу, развлекательных программ, новостных программ – по выбору студента)».</li> </ol>		

	Практическое занятие № 3		
	<u>Решение практических заданий по теме: Современный рынок рекламы (2 ч).</u> 1.Расчет структуры затрат на рекламу по регионам РФ. 2.Расчет структуры затрат на рекламу по крупнейшим рекламодателям 3.Тестирование по теме		
<b>Тема 1.3 Социально-психологические особенности рекламы в торговле.</b>	Содержание учебного материала	4	2
	Процесс воздействия и восприятия рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Психология потребительской мотивации поведения покупателей товаров и услуг в торговле, первичные и вторичные потребительские мотивы. Модель потребительского поведения при покупке товаров и услуг в торговле и влияние рекламных стимулов. Целевая аудитория в рекламе. Методы описания целевой аудитории.		
	Практическое занятие №4	4	2

	<p><u>Тема: Поведение потребителей и реклама. Целевая аудитория в рекламе.</u></p> <p>Вопросы для обсуждения по теме:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процесс воздействия и восприятия рекламы.</li> <li>2. Социально-психологические основы рекламы.</li> <li>3. Психология потребительской мотивации поведения покупателей товаров и услуг в торговле, первичные и вторичные потребительские мотивы.</li> <li>4. Модель потребительского поведения при покупке товаров и услуг в торговле и влияние рекламных стимулов.</li> <li>5. Факторы, влияющие на восприятие рекламы и потребительское поведение при приобретении товаров и услуг в торговле: культурные, социальные, личностные, психологические.</li> <li>6. Социально-психологические особенности рекламы, связанные со специфическими чертами услуг как товара</li> </ol> <p>Вопросы составлены по учебнику Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1.</p> <p>Раздел 3. Глава 7,8,9. Психологические аспекты воздействия рекламы.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Решение практических заданий по теме. Решение кроссворда по теме.</li> <li>8. Подбор примеров рекламных сообщений с разной мотивацией.</li> <li>9. Разработка рекламного сообщения с определенной мотивацией.</li> </ol>		
	<p>Практическое занятие №5</p> <p>Тема: Целевая аудитория в рекламе.</p> <p>Вопросы для обсуждения по теме:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика методов описания целевой аудитории в рекламе.</li> <li>2. Составление портрета целевой аудитории. Первый этап деловой игры «Разработка рекламного проекта».</li> <li>3. Психологическая оценка рекламы</li> <li>4. Тестирование по теме</li> </ol>		
	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Специфические черты услуги как товара и их влияние на особенности рекламы. Особенности структуры услуг в сфере торговли с точки зрения маркетинга и рекламы (основной продукт, сопутствующий, дополнительный и продукт в расширенном смысле) и их отражение в рекламе.</p>		
<b>Тема 1.4 Основные принципы и особенности рекламной деятельности в</b>		6	3

торговле	Средства магазинной рекламы. Вывеска и витрина предприятия торговли: виды, особенности создания и размещения. Средства внутримагазинной рекламы. POS материалы: особенности размещения в торговом зале. Цветовое, световое, звуковое и ароматическое решение в торговом зале.		
	Практическое занятия № 6	4	
	Опрос по теме «Особенности рекламы в торговле». 1. Особенности рекламы услуг 2. Классификация рекламы в розничной торговле 3. Источники финансирования рекламы в торговле. Совместная реклама 4. Различия в рекламной стратегии ретейлеров и производителей <i>Тестирование по теме</i> <i>Кейс Ювелирный магазин».</i>		
	Практическое занятие № 8		
	Подбор и анализ POS материалов рекламодателя (по выбору студента). <i>Анализ размещения POS материалов в торговом зале на примере магазина (по выбору учащегося).</i> <i>Отчет. Схема расположения.</i> <i>Контрольная работа №1 (по темам 1-4).</i>		
Самостоятельная работа обучающихся. - конспектирование и составление таблицы по теме при помощи первоисточников (учебной литературы); - работа в электронной библиотечной системе.		2	3
Тема 2.1 Средства распространения рекламы	Содержание учебного материала	8	2
	Средства распространения рекламы в торговле и их особенности. Реклама в прессе, печатная реклама, радио- и телереклама, наружная реклама, компьютерная реклама. Выбор средств распространения рекламы.		
	Практические занятия №9,10,11,12	8	
	Собеседование по теме. <u>Достоинства и недостатки разных видов рекламных средств.</u> 1.Создание и расчет стоимости размещения рекламы в СМИ. 2.Создание и расчет стоимости размещения наружной рекламы. 3. Кейс «Азбука вкуса». Создание и расчет стоимости размещения рекламы в Яндекс Директ. 4.Второй этап деловой игры «Создание рекламы» 5.Тестирование по теме.		

	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	- конспектирование первоисточников (учебной литературы); - работа в электронной библиотечной системе; - изучение конспекта лекций.		
Тема 2.2 Основы разработки рекламных текстов, средства и приемы рекламного стиля	Содержание учебного материала	4	2
	Творческая концепция в рекламе. Выразительные средства рекламы. Средства и приемы рекламного стиля. Текст печатной рекламы, требования к рекламным текстам. Основные композиционные элементы рекламного текста: заголовок, подзаголовок, основной текст, слоган. Особенности создания текстов для разных видов рекламы.		
	Практические занятия №13,14	4	
	Собеседование по теме: 1. Виды выразительных средств рекламы. 2. Текст печатной рекламы, требования к рекламным текстам. 3. Значение основных композиционных элементов рекламного текста: заголовок, подзаголовок, основной текст, слоган. 4. Разработка рекламного текста для печатной рекламы, определение средств и приемов рекламного стиля, приемлемых для конкретного предприятия (объект рекламы по выбору обучающегося). 5. Разработка рекламного текста для рекламы в СМИ, определение средств и приемов рекламного стиля, приемлемых для конкретного предприятия (объект рекламы по выбору обучающегося). 6. Разработка рекламного текста для наружной рекламы, определение средств и приемов рекламного стиля, приемлемых для конкретного предприятия (объект рекламы по выбору обучающегося). 7. Тестирование по теме.		
Тема 2.3 Планирование рекламной кампании в торговле и рекламный бюджет	Содержание учебного материала	4	2
	Основные понятия и цели рекламных кампаний: экономические, имиджевые и социальные. Классификация рекламных кампаний. Этапы рекламных кампаний и их характеристика. Особенности организации рекламных кампаний в торговле. Рекламный бюджет предприятия торговли. Методы формирования рекламного бюджета.		
	Практические занятия №15,16	4	

	<p>Собеседование по теме:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Классификация рекламных кампаний.</li> <li>2. Этапы рекламных кампаний и их характеристика.</li> <li>3. Планирование рекламной кампании.</li> </ol> <p>Составление плана-графика проведения рекламной кампании использованием исходных данных.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Рекламный бюджет и методы его формирования (решение задач)</li> <li>5. Тестирование по теме.</li> </ol>		
<b>Тема 2.4 Рекламные агентства и их функции</b>	Содержание учебного материала	4	2
	Основные субъекты рекламного процесса: рекламодаделец, рекламопроизводитель, рекламодатель, распространитель. Типы рекламных агентств и их функции. Организационная структура рекламного агентства. Выбор рекламного агентства. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства. Ведущие рекламные агентства мира и России		
	Практические занятия №17	2	
	<p><u>Взаимодействия цепочки участников рекламного рынка</u></p> <p>Вопросы к семинару.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 1. Какая существует классификация рекламных агентств?</li> <li>2. Чем занимаются специализированные рекламные агентства?</li> <li>3. Чем занимаются специализированные интернет-рекламные агентства?</li> <li>4. Какие факторы необходимо учитывать при выборе рекламного агентства?</li> <li>5. Какие специалисты входят в художественный отдел рекламного агентства?</li> </ol> <p>Вопросы составлены по учебнику</p> <p>Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1.</p> <p>Глава 10. Организация деятельности рекламных служб.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. <u>Представьте доклад на темы:</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. «История создания рекламного холдинга «Saatchi &amp; Saatchi», «WPP group»;</li> <li>2. История крупнейших рекламных агентств мира.</li> <li>3. «Развитие отечественных рекламных сетей в России»;</li> <li>4. «Современное состояние Нижегородского рынка рекламных услуг».</li> </ol> </li> <li>7. Тестирование по теме</li> </ol>		
<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Самостоятельная работа №3</p>		2	3



<p>Тема 2.4 Рекламные агентства и их функции. Состояние рекламного рынка г. Нижнего Новгорода</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конспектирование первоисточников (учебной литературы);</li> <li>- работа в электронной библиотечной системе;</li> <li>- изучение конспекта лекций</li> </ul> <p>Состояние рекламного рынка г. Нижнего Новгорода</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Собрать вторичные данные, характеризующие рекламный рынок г. Нижнего Новгорода;</li> <li>2. Провести первичную группировку рекламных агентств по специализации;</li> <li>3. По рекламным агентствам, вошедшим в выборку собрать данные о специализации, выполняемых работах и услугах, их стоимости, особых условиях сотрудничества с клиентами;</li> <li>4. По результатам проделанной работы составить краткий отчет.</li> </ol>			
<p><b>Тема 2.5 Имидж торгового предприятия как средство рекламы</b></p>	Содержание учебного материала	2	2
	Товарный знак и его функции. Основные типы товарных знаков: словесные, изобразительные, объемные, звуковые, комбинированные. Правила использования товарных знаков. Законодательство о товарных знаках. Использование франчайзинга в торговле. Понятие и цели формирования фирменного стиля, его особенности в сфере торговли. Основные элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип, фирменный блок, слоган, фирменные цвета, шрифты и другие константы. Носители фирменного стиля. Имидж предприятия торговли.		
	Практическое занятие №18	2	
	<p>Собеседование по теме:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Товарный знак и его функции.</li> <li>2. Основные типы товарных знаков: словесные, изобразительные, объемные, звуковые, комбинированные.</li> <li>3. Правила использования товарных знаков.</li> <li>4. Основные элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип, фирменный блок, слоган, фирменные цвета, шрифты и другие константы</li> <li>5. Разработка и обоснование выбора товарного знака и фирменного стиля конкретного предприятия (объект рекламы по выбору обучающегося).</li> <li>6. Третий этап деловой игры «Разработка рекламы»</li> <li>7. Тестирование по теме</li> <li>8. Контрольная работа № 2</li> </ol>		
<p><b>Тема 3.1 Правовые аспекты рекламной деятельности</b></p>	Консультации	2	
	Содержание учебного материала	4	2
	Общая характеристика законодательного регулирования рекламы. Документы, регламентирующие рекламу в туризме. Федеральный закон «О рекламе». Требования к		

	рекламе. Недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая реклама. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Роль государственных антимонопольных органов по контролю в области рекламы.		
	Практическое занятие № 19	2	
	Собеседование по теме: 1. Дайте определение рекламе с точки зрения законодательства. 2. Кто такой рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель? 3. Назовите общие требования к рекламе. 4. Как вы понимаете следующие понятия: неэтичная реклама, заведомо ложная реклама, скрытая реклама? 5. Допускается ли использование рекламы в детских и религиозных передачах? 6. Назовите основные признаки недобросовестной и недостоверной рекламы. 7. Сколько раз телевизионная передача может прерываться рекламой, если ее продолжительность 10, 20, 30 минут? 8. Какой размер площади кадра может занимать реклама в виде «бегущей строки»? 9. Решение практических задач по теме «Правовые основы рекламной деятельности».		
<b>Тема 3.2</b> <b>Эффективность</b> <b>рекламной</b> <b>деятельности в</b> <b>торговле</b>	Содержание учебного материала	4	2
	Понятие эффективности рекламы, основные показатели оценки эффективности. Учет эффективности рекламирования. Экономическая эффективность рекламы и эффективность психологического воздействия отдельных средств рекламы на сознание человека. Характеристика методов: метод наблюдения; метод эксперимента; метод опроса. Оценочные исследования рекламы: тесты на запоминание и убедительность, тесты коммуникации, оценка непосредственных откликов, фокус-группы, физиологические, кадровые и внутрирыночные тесты Тестирование по теме.		
	Практическое занятие № 20	4	

	Собеседование по теме: 1. Показатели оценки эффективности рекламы 2. Методы оценки коммуникационной эффективности рекламы 3. Методы оценки экономической эффективности рекламы 4. Использование метода опроса для оценки эффективности рекламы 5. Решение задач по теме Экономическая оценка эффективности рекламы. 6. Контрольная работа №3		
	Всего:	112	
<b>ПМ.02.ЭК Экзамен квалификационный</b> Экзамен включает выполнение комплексного практического задания, состоящего из двух частей: часть А – тестовое задание (5 варианта) и часть Б – практическое задание (5 вариантов).			
<b>ПП.02.01 Производственная практика</b> <b>Виды работ</b> Общая характеристика предприятия Анализ экономической и маркетинговой деятельности предприятия Формирование отчета по практике		72	
<b>Всего</b>		543	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация профессионального модуля требует наличия:

1). кабинета финансов, налогов и налогообложения.

Оборудование учебного кабинета:

- доска;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя (компьютер, проектор, экран).

Технические средства обучения:

- компьютер, имеющий лицензионное программное обеспечение общего и профессионального назначения с доступом в Интернет

2). кабинета для междисциплинарных курсов.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству учащихся в компьютерном классе, рабочее место преподавателя, комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения: компьютер с лицензионными программами, мультимедиа, проектор, Интернет-ресурсы.

3). кабинета по маркетингу.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя (стол, доска);
- компьютер для преподавателя и мультимедийный проектор.

Технические средства обучения:

- компьютеры для работы преподавателя и студентов с доступом в Интернет и лицензионным программным обеспечением; доступ к информационной системе управления обучения.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511792>
2. Маркетинг : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ИНФРА-М : Академ-центр, 2018. - 368 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-005703-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/959873>

3. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник / Г.В. Савицкая. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 378 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-006707-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1893901>
4. Сидорова, Е. Ю. Налоги и налогообложение : учебник / Е.Ю. Сидорова, Д.Ю. Бобошко. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 235 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016714-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1860841>
5. Фридман, А. М. Финансы организаций : учебник / А.М. Фридман. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образование). — <https://doi.org/10.12737/22225>. - ISBN 978-5-369-01638-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1133354>

Дополнительные источники:

1. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 214 с. - ISBN 978-5-394-03163-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091798>
2. Губина, О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / О. В. Губина, В. Е. Губин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 335 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0710-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1079336>
3. Губина, О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Практикум : учеб. пособие / О.В. Губина, В.Е. Губин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2019. — 192 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0731-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009457>
4. Захарьин, В. Р. Налоги и налогообложение : учебное пособие / В. Р. Захарьин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 336 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0766-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1523865>
5. Канке, А. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Канке А.А., Кошечая И.П., - 2-е изд., испр. и доп. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 288 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0614-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1043085>
6. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг : учебное пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-686-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1371939>
7. Лукина, А. В. Маркетинг : учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2020. - 240 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-769-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009593> (дата обращения: 12.07.2021). – Режим доступа: по подписке.
8. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14377-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477475>
9. Налоги и налогообложение : учебник для среднего профессионального образования / Л. Я. Маршавина [и др.] ; под редакцией Л. Я. Маршавиной,

- Л. А. Чайковской. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 510 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13743-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470004>
10. Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Г. Пансков, Т. А. Левочкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 319 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01097-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469486>
11. Сафронов, Н. А. Экономика организации (предприятия) : учебник для среднего профессионального образования. — 2-е изд., с изм. / Н. А. Сафронов. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 256 с. - ISBN 978-5-9776-0059-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1141785>
12. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/511938>

#### Интернет ресурсы:

1. [http:// www. rbc. ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
2. [http:// www. rtpress. ru](http://www.rtpress.ru) - Российская торговля;
3. [http:// www. torgrus. ru](http://www.torgrus.ru) - Новости и технологии торгового бизнеса.
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru - <http://4p.ru/>
5. Библиографические базы данных Института научной информации <http://www.inion.ru>, свободный доступ;
6. Ваш налоговый консультант [Электронный ресурс]; база содержит информационные данные по налогам. – Режим доступа: <http://www.levy.ru>, свободный.
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru>, свободный доступ;
8. Журнал Маркетинг и маркетинговые исследования в России - <http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>
9. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»<http://window.edu.ru>, свободный доступ
10. Информационная система Росстата [Электронный ресурс]; база содержит материалы по государственной статистике в Российской Федерации. – Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru), свободный.
11. Консультант плюс [Электронный ресурс]; база содержит все нормативно-правую информацию. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный.
12. Креативная реклама - <http://www.adme.ru>
13. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]; база содержит финансовые материалы по субъектам РФ. – Режим доступа: <http://minfin.ru>, свободный.
14. Министерство Финансов Российской Федерации <http://www.minfin.ru>
15. Министерство экономического развития <http://economy.gov.ru/minec/main>
16. Наружная реклама - <http://www.outdoor.ru>
17. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU<http://www.elibrary.ru>, свободный доступ;

18. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях [Электронный ресурс]; база содержит статистические и аналитические отчеты по видам учреждений в Российской Федерации. – Режим доступа: <http://bus.gov.ru/pub/home>, свободный.
19. Реклама в России - <http://www.rwr.ru>
20. Реклама и продвижение - <http://www.propel.ru>
21. Сайт гильдии маркетологов - <http://www.marketologi.ru/>
22. Сайт Российских Налогоплательщиков [Электронный ресурс]; база содержит налоговые данные по РФ. – Режим доступа: <http://nalogi.com.ru>, свободный.
23. Сайт Российской ассоциации маркетинга - <http://www.ram.ru/>
24. Университетская информационная система "Россия" <http://uisrussia.msu.ru>, свободный доступ;
25. Федеральная налоговая служба РФ [Электронный ресурс]; база содержит сводные налоговые данные по РФ, в разрезе субъектов и муниципальных образований. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru/>, свободный.
26. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru>, свободный доступ;
27. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов <http://fcior.edu.ru>, свободный доступ
28. ЭБС "Национальный цифровой ресурс "Руконт" <http://www.rucont.ru>; свободный доступ
29. Электронно-библиотечная система «Polpred.com» <http://www.polpred.com>, свободный доступ
30. Электронно-библиотечная система <http://znanium.com/>
31. Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>

Периодические издания (отечественные журналы):

1. Журнал «Современная торговля» (в библиотеке ННГУ, пр. Ленина, д. 27)

#### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Учебный процесс основывается на требованиях и положениях ФГОС СПО, разработанных в соответствии с ними учебных планах и учебных программах изучения профессиональных модулей. Профессиональный модуль ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» входит в профессиональный цикл ППССЗ по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

К дисциплинам, предшествующим изучению ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности», относятся следующие:

- ОП.02 Статистика
- ОП.03 Менеджмент (по отраслям)
- ОП.04 Документационное обеспечение управления
- ОП.05 Правовое обеспечение профессиональной деятельности
- ОП.08 Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия
- ОП.09 Безопасность жизнедеятельности
- ОП.10 Экономическая теория
- ОП.11 Организация, технология и проектирование предприятий торговли
- ПМ.01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью»
- ПМ.04 «Выполнение работ по профессии продавец продовольственных товаров»

В соответствии с требованиями ФГОС СПО производственная практика по ПМ.02 проводится в СПО при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля ПМ.02 и представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

При освоении ПМ.02 в целях реализации компетентного подхода используются в учебном процессе активные и интерактивные формы проведения занятий (деловые игры, разбор конкретных ситуаций, тренинги, групповые дискуссии и др.) для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Консультации для обучающихся по очной форме обучения предусматриваются из расчета 4 часа на одного обучающегося на каждый учебный год.

Освоение ПМ.02 завершается проведением экзамена (квалификационного).

#### 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Квалификация педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и привлекаемых к проведению практик полностью соответствует требованиям ФГОС СПО по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)». Также квалификация данных кадров соответствует профилю преподаваемой дисциплины (модуля), все преподаватели имеют высшее образование. Опыт профессиональной деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, есть у всех преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности». Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

### 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	Демонстрация заинтересованности в выбранной профессиональной деятельности, умение поставить цели и задачи деятельности	Наблюдение и оценка полученных результатов в ходе изучения разделов профессионального модуля
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные	Умение производить поиск информации в ходе решения поставленных задач, делать выбор и определять значимость профессиональных ценностей	Наблюдение и оценка полученных результатов в ходе изучения разделов профессионального



технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	Результативность поиска необходимой информации для эффективного выполнения профессиональных задач	модуля
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	Определение успешных вариантов решения проблемы Разработка альтернативных решений проблемы Обоснованность принятого решения в условиях стандартных и нестандартных ситуациях	Наблюдение и оценка полученных результатов в ходе изучения разделов профессионального модуля
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	Проявление навыков самоорганизации, самоуправления, демонстрация умения взаимодействовать с окружающими в ходе решения поставленных задач	Наблюдение и оценка полученных результатов в ходе изучения разделов профессионального модуля
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	Применение при изучении профессионального модуля нормативных актов и законов в области коммерческой деятельности Правильное изложение своих мыслей устно и письменно	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	Обоснованность выбора вида, методов и приемов бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе Соблюдение принципов профессиональной этики	Наблюдение и оценка полученных результатов в ходе изучения разделов профессионального модуля
ОК 07. Содействовать сохранению	Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального	Наблюдение и оценка

окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	модуля Адекватность оценки ответственности за результат своей работы	полученных результатов в ходе изучения разделов профессионального модуля
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Адекватность оценки рабочей ситуации в соответствии с поставленными целями и задачами	Наблюдение и оценка полученных результатов в ходе изучения разделов профессионального модуля
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Применение при изучении профессионального модуля нормативных актов и законов в области коммерческой деятельности Правильное изложение своих мыслей устно и письменно	Наблюдение и оценка полученных результатов в ходе изучения разделов профессионального модуля
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.	Проведен анализ показателей деятельности предприятия на основе бухгалтерского баланса и отчета о прибылях (убытках) и сделаны выводы по результатам его проведения	Выполнение рабочих программ междисциплинарных курсов профессионального модуля, программы практики, квалификационного экзамена
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с	Описаны используемые организационно-распорядительные документы, представлен порядок их проверки и сроки их хранения, а также используемые для хранения и систематизации компьютерные программы	Выполнение рабочих программ междисциплинарных курсов профессионального модуля, программы практики, квалификационного экзамена

использованием автоматизированных систем.		
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Указана организационно-правовая форма предприятия, проведен анализ состава трудовых и финансовых ресурсов, микроэкономических показателей деятельности предприятия	Выполнение рабочих программ междисциплинарных курсов профессионального модуля, программы практики, квалификационного экзамена
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Описаны финансовая политика предприятия и используемые финансовые документы, применяемая форма оплаты труда и система начисления заработной платы	Выполнение рабочих программ междисциплинарных курсов профессионального модуля, программы практики, квалификационного экзамена
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Проанализирована маркетинговая деятельность предприятия, проведена сегментация потребителей предприятия, выявлены потребности клиентов (покупателей) предприятия с помощью социологического опроса	Выполнение рабочих программ междисциплинарных курсов профессионального модуля, программы практики, квалификационного экзамена
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Проанализированы используемые предприятием виды и средства маркетинговых коммуникаций, проведенные предприятием (в случае их наличия) рекламные акции и компании	Выполнение рабочих программ междисциплинарных курсов профессионального модуля, программы практики, квалификационного экзамена
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Проведены маркетинговые исследования для целей предприятия	Выполнение рабочих программ междисциплинарных курсов профессионального модуля, программы практики, квалификационного экзамена
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах	Проведен анализ конкурентной среды предприятия и выявлены конкурентные преимущества	Выполнение рабочих программ междисциплинарных

своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	предприятия на основе экспертного метода	х курсов профессионального модуля, программы практики, квалификационного экзамена
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.	Проведен анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия	Выполнение рабочих программ междисциплинарных курсов профессионального модуля, программы практики, квалификационного экзамена

### **МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение**

#### **Вопросы для подготовки к зачету**

1. Понятие и сущность финансов. Основные финансовые категории.
2. Финансовая система и ее структура.
3. Сущность государственной финансовой политики.
4. Цель и инструменты фискальной политики государства.
5. Цель и инструменты кредитно-денежной политики государства.
6. Государственный бюджет и бюджетный процесс.
7. Государственные органы управления финансами и их функции.
8. Расходы бюджета. Бюджетная политика государства в области расходов.
9. Финансы предприятий и их функции.
10. Финансы субъектов хозяйствования без образования юридического лица.
11. Понятие налога и сбора по НК РФ.
12. Классификации налогов.
13. Организация налогового контроля.
14. Плательщики НДС. Объект налогообложения и облагаемый оборот по НДС.
15. Налоговая база по НДС. Ставки и льготы по НДС.
16. Порядок исчисления и сроки уплаты НДС.
17. Плательщики налога на прибыль организаций. Объект налогообложения и налоговая база по налогу на прибыль. Величина ставок налога на прибыль организаций.
18. Порядок исчисления и сроки уплаты налога на прибыль.
19. Плательщики НДФЛ. Объект налогообложения и определение налоговой базы по НДФЛ.
20. Классификация ставок НДФЛ. Налоговые вычеты по НДФЛ.
21. Порядок исчисления и сроки уплаты НДФЛ в бюджет.
22. Акцизы, порядок их исчисления.
23. Налог на имущество организаций.
24. Налог на игорный бизнес.
25. Транспортный налог.
26. Земельный налог.
27. Налог на имущество физических лиц.
28. Упрощенная система налогообложения.

## 29. Единый сельскохозяйственный налог.

### **Критерии оценки зачета:**

*Зачтено* - студент в целом владеет материалом учебной дисциплины; освоение относящихся к ней компетенций (частей компетенций) можно считать от отличного до удовлетворительного.

*Не зачтено* - знание материала, умения и владения, относящиеся к дисциплине, освоены на уровне, недостаточном для достижения основных целей обучения; для продолжения обучения студента требуется дополнительная подготовка.

### **Критерии оценки практических и ситуационных заданий (аналитических заданий), дискуссий**

Оценка	Комментарии
5	Студент владеет знаниями: ясно и определенно отвечает на вопросы, легко сравнивает различные части, разбирает новые и сложные предлагаемые случаи. Знания студента не ограничиваются материалами, преподанными в аудитории, но включают различные дополнительные источники, рекомендованные преподавателем и найденные студентом самостоятельно. Обучающийся полностью выполняет задание, основываясь на основных и дополнительно полученных данных.
4	Студент хорошо знает вопрос, умеет объяснить все ее составляющие части, понимает взаимосвязь и легко применяет усвоенные знания. Есть незначительные ошибки. Обучающийся понял суть предложенного задания, но не в полном объеме его выполнил или допустил несущественные ошибки.
3	Студент понимает суть вопроса, ограничивается знаниями, полученными в ходе лекционных и практических занятий, полученные знания применяет с трудом. Обучающийся понял суть предложенного задания, но не в полном объеме его выполнил и допустил ошибки.
2	Студент владеет обрывочными знаниями, не понял суть и связь частей, составляющих единое целое. Грубые фактические ошибки. Обучающийся не понял суть предложенного задания, не в полном объеме его выполнил и допустил ошибки.

### **Критерии оценки тестов, кроссворда**

Оценка	Количество правильных ответов, %
«отлично»	90–100
«хорошо»	75–89
«удовлетворительно»	60–74
«неудовлетворительно»	Менее 60

## **МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности**

### **Вопросы к зачету по дисциплине «Анализ финансово-хозяйственной деятельности»**

1. Система показателей, характеризующих деятельность организации.
2. Анализ оптимальности объема производства продукции и реализации, исходя из конъюнктуры рынка и производственных возможностей организации.
3. Анализ объема и ассортимента продукции.
4. Анализ качества продукции.
5. Анализ качества производственного процесса.

6. Анализ конкурентоспособности продукции.
7. Анализ влияния структурных сдвигов на отдельные экономические показатели.
8. Анализ ритмичности производства продукции.
9. Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами.
10. Анализ использования рабочего времени производственных рабочих.
11. Анализ влияния экстенсивных и интенсивных факторов на изменение среднегодовой выработки рабочих.
12. Анализ производительности труда.
13. Анализ и определение влияния трудовых факторов на объем выпуска продукции.
14. Анализ движения, состава и структуры основных средств и их технического состояния.
15. Анализ фондоотдачи.
16. Анализ частных показателей эффективности использования основных фондов.
17. Анализ обеспеченности организации материальными ресурсами.
18. Анализ материалоемкости продукции.
19. Анализ частных показателей эффективности использования материальных ресурсов.
20. Анализ влияния возвратных отходов на изменение объема выпуска продукции.
21. Выявление резервов увеличения выпуска продукции. Анализ комплексного резерва роста объема продукции.
22. Анализ объема продаж продукции и факторов, ее определяющих.
23. Анализ резервов роста объема продаж.
24. Анализ выполнения договорных обязательств по поставкам продукции.
25. Анализ затрат на производство по их уровню и структуре.
26. Факторный анализ затрат в расчете на рубль продукции.
27. Анализ материальных затрат в себестоимости продукции.
28. Анализ затрат на заработную плату.
29. Анализ комплексных статей затрат в себестоимости продукции.
30. Анализ уровня и динамики финансовых результатов организации.
31. Факторный анализ прибыли от продаж.
32. Анализ резервов роста прибыли.
33. Анализ рентабельности вложений в имущество организации.
34. Анализ рентабельности реализованной продукции.
35. Анализ рентабельности производства.
36. Анализ рентабельности отдельных изделий
37. Анализ порога рентабельности и запаса финансовой устойчивости.
38. Анализ рациональности состава и структуры имущества организации.
39. Анализ состояния запасов и затрат организации.
40. Анализ дебиторской задолженности.
41. Анализ нематериальных активов организации.
42. Анализ состава и структуры источников средств.
43. Анализ платежеспособности и ликвидности организации.
44. Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости.
45. Оценка и классификация финансовой ситуации по степени ее устойчивости.
46. Анализ относительных показателей финансовой устойчивости.
47. Анализ безубыточности и факторов, влияющих на критический объем производства.
48. Анализ относительных показателей ликвидности.
49. Анализ основных критериев деловой активности организации.
50. Анализ оборачиваемости средств организации.
51. Экспресс-анализ финансового состояния организации.
52. Анализ собственного капитала организации.
53. Анализ прибыли по системе директ-костинг.
54. Анализ устойчивости экономического роста.

55. Сущность и содержание экономического анализа.
56. Типология видов экономического анализа.
57. Предмет и метод экономического анализа.
58. Основные критерии и приемы оценки информационной базы для экономического анализа.
59. Основные методические приемы экономического анализа.
60. Характеристика основных принципов экономического анализа.

#### ***Критерии оценки зачета***

<b>Оценка</b>	<b>Критерии</b>
Зачтено	Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины учебные задания выполнены. Студент глубоко и прочно усвоил программный материал умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, владеет разносторонними навыками и приемами формулирования аналитических выводов
	Теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные рабочей программой дисциплины учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками
	Теоретическое содержание дисциплины освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные рабочей программой дисциплины учебные задания не выполнены
Не зачтено	Теоретическое содержание дисциплины освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных рабочей программой дисциплины учебных заданий не выполнено; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.

#### ***Критерии оценки выполненных практических задач, собеседования***

Отметка «5». Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности. Учащиеся работают полностью самостоятельно подбирают необходимые для проведения практической работы теоретические знания, практические умения и навыки.

Работа оформляется аккуратно, в наиболее оптимальной для фиксации результатов форме.

Отметка «4». Практическая работа выполняется учащимися в полном объеме и самостоятельно. Допускаются отклонения от необходимой последовательности выполнения, не влияющие на правильность конечного результата. Учащиеся используют предложенные источники знаний, включая страницы книг, таблицы из приложения к учебнику, страницы из статистических сборников. Работа показывает знание учащимися основного теоретического материала и овладение умениями, необходимыми для самостоятельного выполнения работы. Могут быть неточности и небрежности в оформлении результатов работы.

Отметка «3». Учащиеся показывают знания теоретического материала, но испытывают затруднение при самостоятельной работе с материалами.

Отметка «2» выставляется в том случае, когда учащиеся не подготовлены к выполнению этой работы. Полученные результаты не позволяют сделать правильных выводов и полностью расходятся с поставленной целью. Показывается плохое знание теоретического материала и отсутствие необходимых умений.

### **МДК.02.03 Маркетинг**

#### **Вопросы к ИТО по дисциплине «Маркетинг»**

1. Экономические основы маркетинга. Сущность категорий «нужда», «потребность», «спрос», «товар», «рынок».
2. Понятие концепции управления маркетингом. Эволюция концепций маркетинга.
3. Производственная концепция. Товарная концепция. Сбытовая концепция. Рыночная (или потребительская) концепция. Социально-этическая концепция.
4. Маркетинг партнерских отношений. Причины применения концепции маркетинга.
5. Современные тенденции в развитии маркетинга.
6. Сферы применения маркетинга.
7. Понятие маркетинговой среды и ее составные части.
8. Макросреда. Микросреда.
9. PEST-анализ.
10. SWOT-анализ.
11. Метод средневзвешенной балльной экспертной оценки.
12. Потребитель, покупательское поведение различных типов потребителей.
13. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей.
14. Характеристика индивидуальных потребителей.
15. Моделирование поведения индивидуальных потребителей.
16. Типы поведения потребителей в процессе принятия решения о покупке.
17. Поведение после покупки, познавательный диссонанс.
18. Покупатели от имени организации: особенности, факторы поведения.
19. Промышленные закупки. Ситуации при промышленных закупках.
20. Этапы процесса закупки.
21. Сегмент и сегментация рынка.
22. Классификационные признаки определения рынка потребителей.
23. Методы сегментирования. Варианты действия организации при выборе целевых сегментов.
24. Позиционирование товара и основные подходы к нему. Варианты определения организацией своей рыночной позиции.
25. Маркетинговые исследования, качественные и количественные исследования
26. Панельные исследования, постоянные и разовые исследования
27. Кабинетные и полевые исследования.
28. Методы проведения полевых исследований: наблюдение, эксперимент, опрос.
29. Типы вопросов. Анкета. Маркетинговая выборка.
30. Маркетинговая информационная система (МИС)
31. Товар, классификация товаров.
32. Жизненный цикл товара.
33. Марка, товарный знак, управление марочной политикой, марочные стратегии.
34. Упаковка, сервисное обслуживание.
35. Бренд, брендинг, бренд-менеджмент.



36. Товарный ассортимент, товарная линия, товарная единица.
37. Цена, ценообразование, ценовая политика.
38. Методы расчета цены на товар (услугу) Установление цены.
39. Стратегии адаптации цен. Ценовые скидки и поощрения.
40. Ценовое стимулирование сбыта. Уценка товара.
41. Оценка эффективности принятых решений
42. Каналы распределения, их функции и типы.
43. Цели и стратегии распределения.
44. Классификация торговых посредников.
45. Организационные формы каналов распределения.
46. Прямой маркетинг.
47. Маркетинговые коммуникации.
48. Роль элементов комплекса продвижения.
49. Личные продажи. Реклама.
50. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью.

Итоговая оценка (ИТО) по дисциплине проставляется на основании среднего балла оценок, полученных обучающимися при прохождении текущего контроля успеваемости

#### ***Критерии оценивания курсового проекта***

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии</b>
Отлично	Отлично выполнена теоретическая и практическая часть курсовой работы, соответствует всем необходимым требованиям, отсутствуют ошибки и недочеты. На защите курсовой работы показана подготовка, уровень которой существенно выше среднего
Хорошо	В целом хорошо выполнена теоретическая и практическая часть курсовой работы, частично соответствуют всем необходимым требованиям, имеется значительная ошибка или недочет. На защите показана хорошая подготовка, но с рядом заметных ошибок
Удовлетворительно	Выполнение работ частично соответствует всем необходимым требованиям, имеется ряд значительных ошибок или недочетов. На защите показана подготовка, удовлетворяющая основным минимальным требованиям к курсовой работе
Неудовлетворительно	Выполнение курсовой работы частично соответствует всем необходимым требованиям, имеется ряд значительных ошибок или недочетов. На защите показана неудовлетворительная подготовка, необходима дополнительная работа для успешного прохождения испытаний.

#### ***Критерии оценки тестов***

Оценка	Количество правильных ответов, %
«отлично»	90–100
«хорошо»	75–89
«удовлетворительно»	60–74
«неудовлетворительно»	Менее 60

#### ***Критерии оценивания выполнения практических задач***

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
«отлично»	Решение приведено в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе правильно и аккуратно выполнены все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполнен анализ ошибок.

«хорошо»	Решение приведено в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе допущены 2-3 недочета
«удовлетворительно»	Решение приведено не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; в ходе проведения работы были допущены ошибки
«неудовлетворительно»	Решение приведено не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

**Критерии оценивания доклада-презентации**

Критерии	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Раскрытые ответы на вопросы с обоснованием

**Критерии оценки итоговой письменной контрольной работы (для заочной формы обучения)**

Для оценивания результатов используется следующая шкала:

оценка «5»	Выполнены все требования к написанию контрольной работы: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению.
оценка «4»	Основные требования к контрольной работе выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объем; имеются упущения в оформлении.
оценка «3»	Имеются существенные отступления от требований к контрольной работе. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании работы, отсутствуют выводы.
оценка «2»	Тема контрольной работы не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Работа не соответствует изучаемой теме или не раскрывает ее содержания.

### **МДК.02.04 Основы внешнеэкономической деятельности**

#### **Вопросы к зачёту**

1. Понятие внешнеэкономической деятельности
2. Основные формы внешнеэкономических связей
3. Внешнеэкономический комплекс страны
4. Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации
5. Основные документы, регулирующие внешнеэкономическую деятельность на современном этапе
6. Виды внешнеэкономических операций по направлениям торговли.
7. Экспортные операции и их осуществление.
8. Импортные операции и их осуществление.
9. Реэкспортные и реимпортные операции.
10. Виды компенсационных сделок.
11. Особенности внешнеторговых операций по основным товарным группам
12. Международная торговля услугами
13. Торговля результатами интеллектуальной собственности
14. Основные понятия по таможенному регулированию
15. Сущность таможенных платежей
16. Методы определения таможенных платежей
17. Виды таможенных процедур
18. Цели международного маркетинга
19. Методы изучения международных рынков
20. Выбор и изучение партнеров во внешнеэкономической деятельности
21. Оценка конкурентоспособности товара и фирмы на внешних рынках
22. Подготовка условий внешнеторговой сделки
23. Виды внешнеторговых договоров
24. Базисные условия поставки, Инкотермс-2010.
25. Ценообразующие факторы во внешнеэкономической деятельности
26. Контрактная цена и способы ее фиксации
27. Методики расчета цен внешнеторговых сделок
28. Коммерческие поправки к ценам
29. Виды посредников на внешнем рынке, условия их работы

30. Процесс выбора посредников
31. Особенности соглашений с отдельными видами посредников
32. Вознаграждение посредников
33. Виды транспортных перевозок и транспортные технологии для обеспечения внешнеторговых сделок
34. Транспортно-технологические системы международных перевозок грузов

#### **Критерии оценивания зачета**

<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии</b>
Зачтено	Отлично выполнены все задания, соответствует всем необходимым требованиям, отсутствуют ошибки и недочеты. При ответе показана подготовка, уровень которой существенно выше среднего
	В целом хорошо выполнены все задания, частично соответствуют всем необходимым требованиям, имеется значительная ошибка или недочет. При ответе хорошая подготовка, но с рядом заметных ошибок
	Выполнение работ частично соответствует всем необходимым требованиям, имеется ряд значительных ошибок или недочетов. При ответе показана минимальная подготовка
Не зачтено	Выполнение заданий частично соответствует всем необходимым требованиям, имеется ряд значительных ошибок или недочетов. При ответе показана неудовлетворительная подготовка, необходима дополнительная работа для успешного прохождения испытаний.

#### **Критерии оценки тестов**

Оценка	Количество правильных ответов, %
«отлично»	90–100
«хорошо»	75–89
«удовлетворительно»	60–74
«неудовлетворительно»	Менее 60

#### **Критерии оценивания выполнения практических задач**

<b>Оценка</b>	<b>Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой</b>
«отлично»	Решение приведено в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе правильно и аккуратно выполнены все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполнен анализ ошибок.
«хорошо»	Решение приведено в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе допущены 2-3 недочета
«удовлетворительно»	Решение приведено не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; в ходе проведения работы были допущены ошибки
«неудовлетворительно»	Решение приведено не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

#### **Критерии оценивания доклада-презентации**

Критерии	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональный термин	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений	Раскрытые ответы на вопросы с обоснованием

### МДК.02.05 Реклама

#### Вопросы к зачёту по дисциплине

1. Сущность и виды маркетинговых коммуникаций.
2. Особенности использования рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Модель покупательской осведомленности.
3. Понятие рекламы в законодательстве и маркетинге.
4. Цели и задачи рекламы.
5. Четыре функции рекламы.
6. Схема рекламной коммуникации в маркетинге
7. История рекламного дела: зарождение и этапы развития
8. Особенности развития современного мирового рекламного рынка
9. Особенности развития современного российского рекламного рынка
10. Регулирование рекламного рынка.
11. Основные законодательные требования к рекламе
12. Виды ненадлежащей рекламы

13. Особенности регулирования рынка рекламы в СМИ
14. Особенности регулирования рынка наружной и транзитной рекламы.
15. Особенности коммерческой и некоммерческой рекламы. Виды некоммерческой рекламы
16. Информативная, увещательная и напоминающая реклама: особенности создания и условия распространения.
17. Особенности потребительской и деловой рекламы.
18. Различия в рекламной стратегии производителя и продавца: цели, предмет, средства рекламы.
19. Особенности имиджевой рекламы в торговле.
20. Особенности стимулирующей рекламы в торговле.
21. Сущность рациональной и эмоциональной рекламы в торговле.
22. Классификация рекламы по типу рекламоносителя. Виды рекламы в торговле
23. Особенности создания радиорекламы: виды, продолжительность, условия оплаты.
24. Особенности распространения торговой радиорекламы: критерии выбора носителя радиорекламы.
25. Особенности расчета стоимости размещения радиорекламы.
26. Виды и особенности распространения рекламы в прессе.
27. Виды и особенности распространения аудиовизуальной рекламы в торговле
28. Виды наружной рекламы и их использование в торговле.
29. Особенности распространения наружной рекламы: критерии выбора носителя рекламы.
30. Особенности расчета стоимости размещения наружной рекламы.
31. Виды и особенности распространения транзитной рекламы
32. Методы продвижения торговой организации в интернете
33. Виды контекстной рекламы
34. Технология создания контекстной рекламы
35. Внутренняя и внешняя поисковая оптимизация сайтов.
36. Показатели популярности рекламоносителей (рейтинги) на радио, в прессе, в наружной рекламе, в интернете: виды и особенности расчета.
37. Модель покупательского поведения в торговле.
38. Восемь базовых мотивов приобретения товаров и услуг и аргументы рекламного сообщения.
39. Структура бренда.
40. Основные компоненты имиджа (образа) предприятия торговли
41. Вывеска торгового предприятия: правила оформления, виды и особенности размещения
42. Витрина торгового предприятия: виды, размещение и методы оформления.
43. Внутримagaзинные средства рекламы: виды.
44. Внутримagaзинные средства рекламы: принципы размещения.
45. Этапы разработки фирменного стиля.
46. Носители фирменного стиля. Брендбук предприятия.
47. Элементы фирменного стиля предприятия торговли
48. Требования к наименованию и логотипу предприятия торговли.
49. Значение цвета в создании фирменного стиля и оформлении интерьера магазина.
50. Рекламный лозунг предприятия торговли: принципы разработки.
51. Стиль рекламного обращения и приемы убеждения.
52. Структура рекламного обращения.
53. Творческие особенности создания рекламного сообщения в печатной рекламе и наружной рекламе.
54. Этапы разработки рекламной кампании торговой организации.
55. Методы оценки эффективности рекламного сообщения.

## 56. Методы оценки эффективности рекламной кампании.

Для проведения итогового контроля сформированности компетенции в виде зачета используется тестирование.

В ходе оценивания итогового испытания по дисциплине преподавателем используются следующие шкалы оценивания.

### Критерии выставления зачета (для студентов очного отделения)

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
Зачтено	Превосходная подготовка с очень незначительными погрешностями
	Подготовка, уровень которой существенно выше среднего с некоторыми ошибками
	В целом хорошая подготовка с рядом заметных ошибок
	Хорошая подготовка, но со значительными ошибками
	Подготовка, удовлетворяющая минимальным требованиям
Не зачтено	Необходима дополнительная подготовка для успешного прохождения испытания
	Подготовка совершенно недостаточна

### Практические задания

Решение практических заданий включает: изучение условий задачи (описанной ситуации) и ответы на поставленные в задании вопросы.

При выполнении данного задания обучающемуся необходимо использовать теоретический материал изучаемой дисциплины и обосновывать с его помощью свой ответ.

Перед ответом на поставленные в задании вопросы, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с условиями задачи, выявив значимые для нахождения решения обстоятельства.

Ответы на поставленные в задаче вопросы должны быть мотивированными, обоснованными и развернутыми. Ответы: «да», «нет» не допускаются.

### Критерии оценки

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
Отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
Хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности непринципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
Удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
Неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
Плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное

	незнание материала
--	--------------------

### Деловая игра

Формирование навыков работы в команде, отработка навыков принятия управленческих решений. Обучающимся необходимо ответить на поставленные вопросы (выполнить поставленные задачи) и обосновать свой ответ, основываясь на теоретическом материале.

### Работа над кейсом

В ходе работы над кейсом важно уметь выделить ключевые положения ситуации, ответить на поставленные вопросы (выполнить поставленные задачи) и обосновать свой ответ, основываясь на теоретическом материале.

### Критерии оценки

Отлично	Студент демонстрирует полные и глубокие знания теоретического материала курса, уверенно применяет полученные знания на практике, приобрёл умение быстро ориентироваться в содержании материала, понимает и умеет логично и последовательно разъяснить смысл своего ответа, доказать необходимость использования тех или иных теоретических положений, аргументированно и корректно отстаивает свою позицию, в более чем 50% случаев способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
Хорошо	Студент демонстрирует знание теоретического материала, но применение теоретических положений на практике вызывает некоторые затруднения, связанные с аргументацией своей позиции. Обучающийся в полной мере понимает суть проблемы. Основные требования к заданию выполнены. В принципе способен предложить альтернативные варианты решения проблемы.
Удовлетворительно	Студент обладает знанием необходимого минимума теоретического материала, способен дать ответ не менее, чем на 50% поставленных заданий, но не способен аргументированно излагать свою позицию, не видит альтернативных вариантов разрешения проблемной ситуации, не может последовательно изложить суть решения.
Неудовлетворительно	Студент не обладает знанием требуемым объёмом знаний теоретического материала, способен дать ответ менее, чем на 50% поставленных заданий, не способен аргументированно излагать свою позицию, не видит альтернативных вариантов разрешения проблемной ситуации, не может последовательно изложить суть решения.
Плохо	Студент не обладает требуемым объёмом знаний теоретического материала и не может решить практическое задание.

Общая оценка (рейтинг успеваемости) складывается из трех составляющих и в сумме составляет до 100% (60-100 – «зачет»)

Виды учебной работы	Доля в итоговой оценке, %
1. Индивидуальная работа. Каждый обучающийся может по согласованию с преподавателем представить индивидуальный доклад-презентацию. Доклад выполняется по материалам периодической печати в отечественной и зарубежной литературе. Студент должен продемонстрировать способность к интегрированию лекционного материала и групповых дискуссий в аудитории с материалами СМИ.	до 20



2. Работа в группе. Из числа студентов формируются группы по 3-4 человека для совместной работы по исследованию представленных преподавателем ситуационных материалов. Каждая группа в процессе работы должна подготовить и публично защитить результаты проведенного анализа	до 30
3. Посещаемость и активность на занятиях. Предполагается, что слушатели будут посещать каждое аудиторное занятие и участвовать в дискуссиях на лекциях и практических занятиях	до 10
4. Текущие опросы, самостоятельная работа и итоговое контрольное тестирование	до 40
<b>ИТОГОВАЯ ОЦЕНКА</b>	до 100

#### **Регламент проведения и критерии оценки итогового тестирования**

Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Преподавателем формируется комплект общих контрольных заданий по вариантам.

#### **Регламент проведения и критерии оценки тестирования**

Тестирование проводится с использованием компьютерных технологий и устройств, либо без такового. В процессе проведения тестирования преподаватель внимательно следит за тем, чтобы студенты выполняли задания самостоятельно и не мешали друг другу.

Задания с выбором ответа (закрытый тест) оцениваются в один балл.

Уровень знаний обучающихся определяется следующими оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

#### **Критерии оценок тестирования (в случае выставления зачета):**

«зачтено» – 60 -100 % правильных ответов;

«незачтено» - менее 60 % правильных ответов;

#### **Критерии оценок тестирования (в случае выставления текущей оценки):**

«отлично» – 90 -100 % правильных ответов;

«хорошо» - 75-89 % правильных ответов;

«удовлетворительно» – 60 – 78 % правильных ответов.

«неудовлетворительно» - 46-59% правильных ответов;

«плохо» - 45% и меньше правильных ответов.

### **ПМ.02.ЭК Экзамен квалификационный**

#### **Вопросы для подготовки к квалификационному экзамену по ПМ.02:**

1. Понятие и сущность финансов. Основные финансовые категории.
2. Финансовая система и ее структура.
3. Сущность государственной финансовой политики.
4. Расходы бюджета. Бюджетная политика государства в области расходов.
5. Финансы предприятий и их функции.
6. Понятие налога и сбора по НК РФ.
7. Классификации налогов.
8. Плательщики НДС. Объект налогообложения и облагаемый оборот по НДС.
9. Налоговая база по НДС. Ставки и льготы по НДС.
10. Порядок исчисления и сроки уплаты НДС.
11. Плательщики налога на прибыль организаций. Объект налогообложения и налоговая база по налогу на прибыль. Величина ставок налога на прибыль организаций.
12. Порядок исчисления и сроки уплаты налога на прибыль.
13. Плательщики НДФЛ. Объект налогообложения и определение налоговой базы по НДФЛ.
14. Классификация ставок НДФЛ. Налоговые вычеты по НДФЛ.
15. Порядок исчисления и сроки уплаты НДФЛ в бюджет.

16. Акцизы, порядок их исчисления.
17. Налог на имущество организаций.
18. Транспортный налог.
19. Земельный налог.
20. Налог на имущество физических лиц.
21. Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности.
22. Упрощенная система налогообложения.
23. Единый сельскохозяйственный налог.
24. Система показателей, характеризующих деятельность организации.
25. Анализ оптимальности объема производства продукции и реализации, исходя из конъюнктуры рынка и производственных возможностей организации.
26. Анализ объема и ассортимента продукции.
27. Анализ качества продукции.
28. Анализ конкурентоспособности продукции.
29. Анализ влияния структурных сдвигов на отдельные экономические показатели.
30. Анализ ритмичности производства продукции.
31. Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами.
32. Анализ влияния экстенсивных и интенсивных факторов на изменение среднегодовой выработки рабочих.
33. Анализ производительности труда.
34. Анализ и определение влияния трудовых факторов на объем выпуска продукции.
35. Анализ движения, состава и структуры основных средств и их технического состояния.
36. Анализ фондоотдачи.
37. Анализ материалоемкости продукции.
38. Анализ частных показателей эффективности использования материальных ресурсов.
39. Анализ влияния возвратных отходов на изменение объема выпуска продукции.
40. Анализ объема продаж продукции и факторов, ее определяющих.
41. Анализ резервов роста объема продаж.
42. Факторный анализ затрат в расчете на рубль продукции.
43. Анализ материальных затрат в себестоимости продукции.
44. Анализ затрат на заработную плату.
45. Анализ комплексных статей затрат в себестоимости продукции.
46. Анализ уровня и динамики финансовых результатов организации.
47. Факторный анализ прибыли от продаж.
48. Анализ резервов роста прибыли.
49. Анализ рентабельности вложений в имущество организации.
50. Анализ рентабельности реализованной продукции.
51. Анализ рентабельности производства.
52. Анализ рентабельности отдельных изделий
53. Анализ порога рентабельности и запаса финансовой устойчивости.
54. Анализ рациональности состава и структуры имущества организации.
55. Анализ состояния запасов и затрат организации.
56. Анализ состава и структуры источников средств.
57. Анализ платежеспособности и ликвидности организации.
58. Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости.
59. Оценка и классификация финансовой ситуации по степени ее устойчивости.
60. Анализ относительных показателей финансовой устойчивости.
61. Анализ безубыточности и факторов, влияющих на критический объем производства.
62. Анализ относительных показателей ликвидности.
63. Анализ основных критериев деловой активности организации.
64. Анализ оборачиваемости средств организации.

65. Экспресс-анализ финансового состояния организации.
66. Анализ устойчивости экономического роста.
67. Сущность и содержание экономического анализа.
68. Типология видов экономического анализа.
69. Предмет и метод экономического анализа.
70. Основные критерии и приемы оценки информационной базы для экономического анализа.
71. Основные методические приемы экономического анализа.
72. Характеристика основных принципов экономического анализа.
73. Экономические основы маркетинга. Сущность категорий «нужда», «потребность», «спрос», «товар», «рынок».
74. Понятие концепции управления маркетингом. Эволюция концепций маркетинга.
75. Производственная концепция. Товарная концепция. Сбытовая концепция. Рыночная (или потребительская) концепция. Социально-этическая концепция.
76. Маркетинг партнерских отношений. Причины применения концепции маркетинга.
77. Понятие маркетинговой среды и ее составные части.
78. Макросреда. Микросреда.
79. PEST-анализ.
80. SWOT-анализ.
81. Метод средневзвешенной балльной экспертной оценки.
82. Потребитель, покупательское поведение различных типов потребителей.
83. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей.
84. Характеристика индивидуальных потребителей.
85. Моделирование поведения индивидуальных потребителей.
86. Типы поведения потребителей в процессе принятия решения о покупке.
87. Поведение после покупки, познавательный диссонанс.
88. Покупатели от имени организации: особенности, факторы поведения.
89. Промышленные закупки. Ситуации при промышленных закупках.
90. Этапы процесса закупки.
91. Сегмент и сегментация рынка.
92. Классификационные признаки определения рынка потребителей.
93. Методы сегментирования. Варианты действия организации при выборе целевых сегментов.
94. Позиционирование товара и основные подходы к нему. Варианты определения организацией своей рыночной позиции.
95. Маркетинговые исследования, качественные и количественные исследования
96. Панельные исследования, постоянные и разовые исследования
97. Кабинетные и полевые исследования.
98. Методы проведения полевых исследований: наблюдение, эксперимент, опрос.
99. Товар, классификация товаров.
100. Жизненный цикл товара.
101. Марка, товарный знак, управление марочной политикой, марочные стратегии.
102. Упаковка, сервисное обслуживание.
103. Бренд, брендинг, бренд-менеджмент.
104. Товарный ассортимент, товарная линия, товарная единица.
105. Цена, ценообразование, ценовая политика.
106. Методы расчета цены на товар (услугу) Установление цены.
107. Стратегии адаптации цен. Ценовые скидки и поощрения.
108. Ценовое стимулирование сбыта. Уценка товара.
109. Оценка эффективности принятых решений
110. Каналы распределения, их функции и типы.

111. Цели и стратегии распределения.
112. Классификация торговых посредников.
113. Организационные формы каналов распределения.
114. Прямой маркетинг.
115. Маркетинговые коммуникации.
116. Роль элементов комплекса продвижения.
117. Личные продажи. Реклама.
118. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью.
119. Понятие внешнеэкономической деятельности
120. Основные формы внешнеэкономических связей
121. Внешнеэкономический комплекс страны
122. Виды внешнеэкономических операций по направлениям торговли.
123. Особенности внешнеторговых операций по основным товарным группам
124. Международная торговля услугами
125. Торговля результатами интеллектуальной собственности
126. Методы определения таможенных платежей
127. Виды таможенных процедур
128. Цели международного маркетинга
129. Подготовка условий внешнеторговой сделки
130. Виды внешнеторговых договоров
131. Ценообразующие факторы во внешнеэкономической деятельности
132. Контрактная цена и способы ее фиксации
133. Методики расчета цен внешнеторговых сделок
134. Коммерческие поправки к ценам
135. Виды посредников на внешнем рынке, условия их работы
136. Процесс выбора посредников
137. Особенности соглашений с отдельными видами посредников
138. Вознаграждение посредников
139. Виды транспортных перевозок и транспортные технологии для обеспечения внешнеторговых сделок
140. Транспортно-технологические системы международных перевозок грузов

#### **Критерии оценок выполненных тестов часть А**

<b>Оценка</b>	<b>Количество правильных ответов</b>
«отлично»	90–100
«хорошо»	75–89
«удовлетворительно»	60–74
«неудовлетворительно»	Менее 60

#### **Критерии оценок выполненных заданий часть Б**

<b>Степень выполнения заданий</b>	<b>Оценка</b>
Полностью выполнены все 4 задания, с пояснениями и ответами на вопросы	Отлично
Выполнены 3-4 задания с замечаниями	Хорошо
Полностью выполнены 3 задания, либо 2 задания с пояснениями и ответами на вопросы	Удовлетворительно
Выполнены 2 задания и менее с замечаниями	Неудовлетворительно

Обобщенная оценка за экзамен (квалификационный) ставится путем расчета среднего арифметического оценок выполненных заданий части А и Б.

### **ПП.02.01 Производственная практика**

Контроль и оценка результатов производственной практики по ПМ.02 представлены в рабочей программе по производственной практике ПП.02.01.