Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Пятигорский техникум экономики и инновационных технологий»
(АНО ПО «ПТЭИТ»)

СОГЛАСОВАНО
ООО «БЕШТАУ-СЕРВИС»
Раздобудько В.И
«16» августа 2023 г.

Директор АНО ПО
«ПТЭИТ»
_____ В.М.Вазагов
«16» августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПМ.02«ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

для студентов специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

на базе основного общего образования

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01F191930061B0998240B1ADE03B44C231
Владелец: ВАЗАГОВ ВИКТОР МИСОСТОВИЧ
Действителен: с 17.08.2023 до 17.11.2024

Пятигорск, 2023г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Пятигорский техникум экономики и инновационных технологий» (АНО ПО «ПТЭИТ»)

Разработчики:

Гусельщикова Н.Б. – к.э.н., преподаватель АНО ПО «ПТЭИТ»

Кирсанова Н.В.- преподаватель высшей квалификационной категории АНО ПО «ПТЭИТ»

РАССМОТРЕНА
отделением общеобразовательных и социально-экономических дисциплин
Протокол №1 от 16.08.2023г.
Зав.отделением_____Кирсанова Н.В.

СОГЛАСОВАНА
на заседании УМС
пр. № 1 от 16.08.2023
_____ Кодякова О.А.

Рецензенты:

Сердюкова О.И. – к.э.н., доцент, преподаватель АНО ПО «ПТЭИТ»

Моргачёва.Г.Р – преподаватель высшей квалификационной категории ГБПОУ СПО «Пятигорский техникум торговли, технологий и сервиса»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	24
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	26

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее – программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по программе подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

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

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

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

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

ПК.2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации

ПК.2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработка и реализация маркетинговых исследований

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

ПК.2.9. Применять методы и 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 рамках повышения квалификации работников).

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью 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;
– реализация 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 документами 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 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, 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. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 432 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –288часов;

самостоятельной работы обучающегося –144 часа;

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК.2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации
ПК.2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем
ПК.2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов
ПК.2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату
ПК.2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров
ПК.2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
ПК.2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработка и реализация маркетинговых исследований
ПК.2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации
ПК.2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты
ОК 1	Понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, проявление к ней устойчивого интереса
ОК 2	Организация собственной деятельности, выбор типовых методов и способов выполнения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества
ОК 3	Принятие решений в стандартных и нестандартных ситуациях и умение нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 6	Умение работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Самостоятельное определение задач профессионального и личностного развития, самообразование, осознанное планирование повышения квалификации
ОК 10	Умение логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 12	Соблюдение действующего законодательства и обязательные требования нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий

В результате освоения ПМ.02 обучающийся должен достичь следующих личностных результатов:

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий

зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР 12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.

ЛР 13 Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации

ЛР 14 Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм

ЛР 15 Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

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		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	
1	2	3	4	5	6	7	8	10
ПК 2.1-2.9	Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение	150	100	40	-	50	-	-
ПК 2.1-2.9	Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	132	88	100		44		-
ПК 2.1-2.9	Раздел 3. Маркетинг	150	100	40		50	-	36
ПК 2.1-2.9	Производственная практика							144
	Всего:	432	288	180	-	144	-	144

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 работ (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**3**	**4**
Раздел 1. Организация денежных расчетов с покупателями, составление финансовых документов и отчетов				
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение				
Тема 1.1 Сущность и функции денег. Денежное обращение	**Содержание**		**4**	
	1.	Деньги как экономическая категория. Функции денег	2	2
	2.	Денежное обращение и характеристика совокупного денежного оборота		
	3.	Закон денежного обращения. Уравнение обмена		
	4.	Инфляция и формы ее проявления		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение задач на определение уровня инфляции	2	
Тема 1.2 Сущность, функции и роль финансов в экономике	**Содержание**		**2**	
	1.	Финансы как экономическая категория. Роль финансов в экономической системе	1	2
	2.	Функции финансов	1	
	Практические занятия		-	
Тема 1.3 Управление финансами	**Содержание**		**4**	
	1.	Общие понятия об управлении финансами. Субъекты управления финансами	2	2
	2.	Финансовое планирование и характеристика финансовых планов		
	3.	Методы финансового контроля		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Расчет расходов денежных средств при финансовом планировании	2	
Тема 1.4 Финансовая система	**Содержание**		**2**	
	1.	Понятие финансовой системы	1	2
	2.	Характеристика сфер и звеньев финансовой системы	1	
	Практические занятия		-	
Тема 1.5 Бюджет и бюджетная система	**Содержание**		**4**	
	1.	Социально-экономическая сущность бюджета	1	2
	2.	Бюджетная система Российской Федерации	1	
	Практические занятия		**2**	
	1.	Расчет показателей государственного бюджета	2	

Тема 1.6 Внебюджетные фонды	**Содержание**		**4**	
	1.	Сущность и назначение внебюджетных фондов	1	2
	2.	Государственные внебюджетные фонды	1	
	Практические занятия		**2**	
		Расчет отчислений во внебюджетные фонды	2	
Тема1.7Финансирование и денежно-кредитная политика	**Содержание**		**4**	
	1.	Банковская система РФ	2	2
	2.	Денежно-кредитная политика ЦБ РФ		
	3.	Коммерческие банки и их операции	2	
	4.	Принципы и организация банковского кредитования		
	5.	Формы и виды банковского кредита.		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Оформление банковских расчетно-кассовых документов	1	
	2.	Решение задач по определению процентов по кредитным операциям	1	
	3.	Составление финансовых документов и отчетов		
Тема 1.8 Организация Федеральной налоговой службы России	**Содержание**		**2**	
	1.	Задачи и функции налоговых органов	2	2
	2.	Ответственность за нарушение налогового законодательства		
	3.	Налоговый контроль		
	4.	Обжалование актов налоговых органов		
	Практические занятия		-	
Тема 1.9 Основные положения налогового законодательства	**Содержание**		**2**	
	1.	Общие положения Налогового Кодекса. Понятийный аппарат Налогового Кодекса.	2	2
	2.	Определение перечня налогов.		
	3.	Права и обязанности участников налоговых отношений		
	4.	Уплата налога. Взыскание налога. Отсрочка платежа.		
	5.	Налоговая отчетность		
	Практические занятия		**-**	
Тема 1.10 Функции и классификация налогов	**Содержание**		**2**	
	1.	Функции налогов	1	2
	2.	Классификация налогов	1	2
	Практические занятия		**-**	
Тема 1.11 Налог на добавленную стоимость	**Содержание**		**10**	
	1.	Экономическая сущность НДС. Налогоплательщики	2	2
	2.	Объект налогообложения и формирование налоговой базы		

	3.	Ставки налога и порядок их применения		
	4.	Система налоговых вычетов и их применение	2	
	5.	Значение счетов-фактур при исчислении НДС		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение задач по расчету НДС	1	
	2.	Заполнение налоговой декларации по НДС	1	
Тема 1.12 Акцизы	**Содержание**		**8**	
	1.	Экономическая сущность акцизов. Налогоплательщики	2	2
	2.	Порядок определения налоговой базы. Система ставок.		
	3.	Порядок и сроки уплаты акцизов. Налоговая отчетность		
	Практические занятия		**4**	
	1.	Решение задач по расчету акцизов	2	
	2.	Заполнение налоговой декларации по акцизам	2	
Тема 1.13 Налог на прибыль организаций	**Содержание**		**10**	
	1.	Экономическая сущность налога на прибыль организаций, его роль в налоговой системе. Налогоплательщики	2	2
	2.	Объекты налогообложения прибыли. Порядок определения налоговой базы		
	3.	Налоговые ставки	2	
	4.	Сроки уплаты налога. Налоговая отчетность.		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение задач по расчету налога на прибыль	2	
	2.	Заполнение налоговой декларации по налогу на прибыль		
Тема 1.14 Налог на доходы физических лиц	**Содержание**		**10**	
	1.	Экономическая сущность налога на доходы с физических лиц, его роль в налоговой системе. Налогоплательщики	2	2
	2.	Объект налогообложения и формирование налоговой базы. Ставки налога. Налоговый и отчетный период	2	
	3.	Налоговые вычеты: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные	2	2
	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение задач по расчету налога на доход с физических лиц	2	
	2.	Заполнение налоговой декларации		
Тема 1.15 Налог на добычу полезных ископаемых	**Содержание**		**4**	
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база	2	2
	2.	Объект налогообложения и налоговая база. Ставки налога		
	3.	Налоговый период и порядок уплаты налога		

	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение задач по расчету налога на добычу полезных ископаемых	2	
Тема 1.16 Водный налог	**Содержание**		**4**	
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база	2	2
	2.	Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база		
	3.	Налоговая ставка		
	4.	Технология расчета		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение задач по расчету водного налога	2	
Тема 1.17 Государственная пошлина	**Содержание**		**4**	
	1.	Понятие. Правовые основы	2	2
	2.	Объекты действия		
	3.	Сроки и порядок уплаты, льготы по уплате		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение ситуационных задач по расчету величины государственной пошлины	2	
Тема 1.18 Экологические сборы и платежи	**Содержание**		**4**	
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база	2	2
	2.	Налогоплательщики.		
	3.	Порядок уплаты		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Расчет платежей за выбросы в атмосферу	1	
	2.	Расчет платы за размещение отходов производства и потребления	1	
Тема 1.19 Налог на имущество организаций	**Содержание**		**4**	
	1.	Экономическое содержание. Налоговая база	2	2
	2.	Объект налогообложения. Налоговая база. Налоговые льготы		
	3.	Налоговая ставка. Налоговый период		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Расчет налога на имущество организаций	1	
	2.	Заполнение налоговой декларации	1	
Тема 1.20 Транспортный налог	**Содержание**		**4**	
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база	2	2
	2.	Налогоплательщики		
	3.	Объект налогообложения. Налоговая база		
	4.	Ставки налога. Налоговые льготы		
	5.	Порядок уплаты. Технология расчета		

	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение задач по расчету транспортного налога	2	
Тема 1.21 Земельный налог	**Содержание**		**4**	
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база	2	2
	2.	Налогоплательщики		
	3.	Объект налогообложения и налоговая база		
	4.	Налоговая ставка.		
	5.	Налоговые льготы. Порядок расчета		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение задач по расчету земельного налога	2	
Тема 1.22 Специальные налоговые режимы: упрощенная система налогообложения	**Содержание**		**6**	
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база	2	2
	2.	Налогоплательщики		
	3.	Объект налогообложения. Налоговая ставка		
	4.	Налоговый и отчетный период		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Порядок определения бухгалтером объекта налогообложения	2	
	2.	Расчет единого налога по УСНО		
	3.	Заполнение налоговой декларации		
Тема 1.23 Единый налог на вмененный доход	**Содержание**		**8**	
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база	2	2
	2.	Налогоплательщики		
	3.	Объект налогообложения и налоговая база	2	2
	4.	Налоговый период, налоговая ставка и порядок исчисления единого налога		
	5.	Порядок и сроки уплаты единого налога		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение задач по определению величины вмененного дохода	2	
	2.	Решение задач по расчету единого налога		
	3.	Заполнение налоговой декларации		
Тема 1.24 Единый сельскохозяйственный налог	**Содержание**		**4**	
	1.	Сущность и правовое регулирование налога	2	2
	2.	Налогоплательщики		
	3.	Налоговая база. Налоговая ставка		
	4.	Порядок и сроки уплаты		
	Практические занятия		**2**	

	1.	Решение задач по расчету единого сельскохозяйственного налога	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ.02 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. 1. Изучение концепции развития потребительской кооперации РФ на период до 2015г. 2. Изучение устава потребительского общества, ассоциаций, союзов. Изучение Гражданского кодекса РФ, глава 4 «Юридические лица» 3. Изучение баланса предприятия, его разделов, другой финансовой отчетности предприятия. 4. Изучение Положения о планово- экономической работе потребительского общества, потребсоюза 5. Изучение отдельных статей Налогового Кодекса РФ. 6. Изучение Федерального закона «О банках и банковской деятельности» 7. Изучение Трудового кодекса РФ от 21.12.2001г. Знакомство со штатным расписанием работников потребительского общества. Ознакомиться с инструкцией о составе фонда заработной платы и выплат социального характера, утв. Постановлением Госкомстата России от 24.11.2002г. №116 8. Изучение Положения ЦБ РФ «О правилах организации наличного денежного обращения на территории РФ» 9. Расчет розничных цен. Изучение действующей отчетности по доходам и прибыли, расчет доходов и прибыли Решение задач по расчету основных налогов			**50**	
		Итого:	**150**	
Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности				
МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности				
Тема 2.1 Экономический анализ: научные основы, предмет и задачи, методы и приемы	**Содержание**			
	1.	Научные основы экономического анализа и его значение в условиях рыночной экономики. Предмет и задачи экономического анализа. Виды анализа. Методы и приемы экономического анализа, их особенности и характеристика. Источники информации для анализа. Система комплексного анализа, факторы и резервы	2	2
	Практические занятия		**4**	
	1.	Использование методов и приемов экономического анализа для решения производственных задач	**4**	
Тема 2.2 Анализ и управление объемом производства и продаж	**Содержание**			
	1.	Анализ объема продаж. Место показателя реализации в системе обобщающих показателей деятельности предприятия. Источники информации. Анализ выпуска продукции. Основные источники информации для проведения анализа. Оценка динамики продукции на предприятии. Выполнение плана по ассортименту выпуска продукции. Анализ обновления и качества продукции. Анализ ритмичности производства. Влияния ритмичности на выпуск продукции. Основные	2	2

		факторы, влияющие на объем продукции. Внешние и внутренние факторы. Факторы, связанные с трудом, средствами труда и предметами труда, их взаимосвязь.		
	Практические занятия		**4**	
	1.	Расчет и анализ показателей объема производства и реализации продукции.	4	
Тема 2.3 Анализ технико-организационного уровня производства.	**Содержание**			
	1.	Сущность и основные показатели технико-организационного уровня производства. Анализ технической оснащенности производства, оценка технического уровня и возрастного состава фондов. Оценка прогрессивности применяемых технологий. Оценка и анализ уровня организации производства и управления. Жизненный цикл изделия, техники и технологии. Учет влияния жизненного цикла при анализе технико-организационного уровня производства. Анализ организационно-правовой формы предприятия.	2	2
	Практические занятия		**6**	
	1.	Анализ технической оснащенности производства, оценка технического уровня и возрастного состава основных фондов	6	
Тема 2.4 Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования	**Содержание**			
	1.	Задачи анализа состояния и использования трудовых ресурсов. Основные источники информации. Анализ трудовых показателей. Анализ численности и структуры персонала предприятия и его структурных подразделений. Анализ движения отдельных категорий работников. Показатели производительности труда. Влияние факторов на их изменение. Расчет влияния факторов труда рабочих на выпуск продукции.	2	
	Практические занятия		6	
	1.	Анализ показателей по труду и оплате труда в организации	6	
Тема 2.5 Анализ обеспеченности предприятия основными фондами и эффективности их использования	**Содержание**			
	1.	Задачи анализа обеспеченности основными фондами и их использования. Основные источники информации для анализа. Анализ использования производственной мощности. Анализ обеспеченности предприятия основными фондами. Структура основных фондов.	2	2
	2.	Анализ технического состояния основных фондов. Анализ использования основных фондов. Влияние факторов средств труда (среднегодовой стоимости промышленно-производственных фондов и фондоотдачи) на объем продукции. Анализ фондоотдачи	2	
	Практические занятия		**6**	

	1.	Анализ динамики, структуры и показателей эффективности использования основных фондов	6	
Тема 2.6 Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами и их использование	**Содержание**			
	1.	Задачи анализа обеспеченности материальными ресурсами и их использования. Основные источники информации для анализа. Анализ материально-технического обеспечения. Показатели использования материальных ресурсов.	2	2
	2.	Оценка эффективности использования материальных ресурсов по показателям материалоотдачи, материалоемкости (удельному расходу предметов труда). Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость продукции.	2	
	Практические занятия		**6**	
		Оценка эффективности использования материальных ресурсов. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость продукции.	6	
Тема 2.7 Анализ себестоимости продукции	**Содержание**			
	1.	Задачи анализа себестоимости. Система показателей себестоимости продукции. Основные источники информации. Анализ структуры затрат на производство по экономическим элементам. Анализ затрат на 1 рубль продукции. Анализ себестоимости продукции по статьям затрат. Резервы снижения себестоимости продукции.	2	2
	Практические занятия		**6**	
	1.	Анализ себестоимости продукции по экономическим элементам, статьям затрат, анализ затрат на 1 рубль продукции	6	
Тема 2.8 Анализ оборота розничной торговли	**Содержание**			
	1.	Последовательность проведения анализа оборота розничной торговли. Анализ структуры оборота розничной торговли. Анализ оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы.	2	2
	2.	Комплексный анализ показателей оборота розничной торговли. Анализ розничной торговли сети		
	Практические занятия		**4**	
	1.	Анализ показателей оборота розничной торговли	4	
Тема 2.9 Анализ оборота оптовой торговли	**Содержание**			
	1.	Методика анализа оборота оптовой торговли по общему объему и товарным группам. Особенности анализа товарных запасов и оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы в оптовом звене. Анализ поступления товаров в оптовом звене	2	2
	Практические занятия		**4**	
	1.	Анализ показателей оборота оптовой торговли	4	

Тема 2.10 Анализ финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия	**Содержание**			
	1.	Задачи анализа финансовых результатов. Основные источники информации для проведения анализа. Анализ прибыли предприятия. Анализ финансовых результатов от обычной деятельности предприятия. Факторный анализ прибыли от реализации продукции (продаж). Анализ прочих доходов и расходов.	2	2
	2.	Показатели рентабельности. Анализ рентабельности продукции, предприятия и капитала. Резервы возможного увеличения прибыли и роста рентабельности.		
	Практические занятия		**6**	
	1.	Анализ показателей прибыли и рентабельности.	6	
Тема 2.11 Анализ финансового состояния предприятия	**Содержание**			
	1.	Задачи анализа финансового состояния и основные источники информации. Потребители аналитической информации. Технический и фундаментальный анализ. Внутренний и внешний анализ. Вертикальный и горизонтальный анализ	2	2
	2.	Общая оценка структуры имущества организации и его источников по данным баланса. Результаты общей оценки структуры активов и их источников по данным баланса.		
	3.	Анализ ликвидности бухгалтерского баланса Анализ платежеспособности предприятия	2	
	4.	Критерии оценки несостоятельности (банкротства) организаций Анализ показателей финансовой устойчивости предприятия Общая оценка деловой активности организации.		
	Практические занятия		8	
	1.	Решение задач Оценка имущественного и финансового положения предприятия. Расчет, анализ и оценка показателей ликвидности и платежеспособности предприятия. Оценка финансовой устойчивости предприятия.	**8**	
Самостоятельная работа при изучении раздела 2. ПМ.02 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Решение задач на анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий. 1. Работа с учебной и специальной литературой. 2. Работа с формами статистической и бухгалтерской отчетности. 3. Решение задач на анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий розничной и оптовой торговли.			**44**	
		Всего:	**132**	
Раздел ПМ. **02Раздел 3.**				

МДК 02.03. Маркетинг				
Тема 3.1. Понятие маркетинга: принципы, функции цели	**Содержание**		**2**	
	1.	Составные элементы маркетинговой деятельности: принципы, функции.	2	2
	2	Цели и задачи маркетинга.		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Анализ особенностей целеполагания и задач маркетинга в потребительской кооперации.	2	
Тема 3.2. Концепция рыночной экономики	**Содержание**		**6**	
	1.	История возникновения и основные этапы развития маркетинга.	6	2
	2.	Необходимость возникновения **и** совершенствования маркетинга в современных условиях.		
	3.	Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности.		
	4.	Маркетинг как одна из концепций, его сущность.		
	5.	Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.		
	6.	Роль маркетинга в обществе и организации.		
	Практические занятия		**2**	
	1.	Анализ развития рыночных отношений.	2	
Тема 3.3. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	**Содержание**		**2**	
	1.	Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты	2	1
	2.	Основные виды маркетинга. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.		2
	3.	Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение) товара: понятие, назначение.		2
	Практические занятия		**2**	
	1.	Анализ информации об составляющих элементах структуры маркетинговой деятельности.	2	
Тема 3.4.Сегментирование рынка	**Содержание**		**4**	
	1.	Основные понятия: сегментирование, сегмент, ниша рынка, целевой рынок. Назначение сегментирования.	4	1
	2.	Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-демографические, психографические, поведенческие.		2
	3.	Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость		3

		с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции. Анализ возможностей освоения сегмента рынка		
	4.	Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.		2
	Практические занятия		**4**	
	1.	Решение ситуаций по определению критерия выбора сегмента рынка.	4	
	2.	Определение мероприятий по позиционированию товара.		
Тема 3.5. Объекты маркетинговой деятельности	**Содержание**		**2**	
	1.	Составные элементы маркетинговой деятельности: объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия.	2	1
	2.	Классификация потребностей, средства удовлетворения потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей.		1
	3.	Виды спроса, их краткая характеристика.		2
	4.	Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса.		2
	5.	Типы маркетинга в зависимости от вида спроса.		2
	Практические занятия		**2**	
	1.	На выявление, формирование и удовлетворение потребностей. Решение ситуаций по определению видов потребностей, спроса, типа маркетинга, маркетинговых мероприятий	2	
Тема 3.6. Субъекты маркетинговой деятельности	**Содержание**		**4**	
	1.	Составные элементы маркетинговой деятельности: субъекты: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность.	4	1
	2.	Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы).		2
	3.	Положение об отделе маркетинга.		1
	4.	Требования к специалисту по маркетингу.		1
	5.	Нормативные документы, регламентирующие деятельность маркетолога.		2
	6.	Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др.		2
	7.	Потребители: понятие, классификация.		1
	8.	Модель покупательского поведения и ее составляющие.		1
	9.	Этапы процесса принятия решения о покупке. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.		1

	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение ситуационных задач: Анализ поведения потребителей при совершении покупок .	2	
Тема 3.7. Окружающая среда маркетинга	**Содержание**		**4**	
	1.	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду. Методы изучения рынка, анализа окружающей среды	4	1
	2.	Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.		2
	3.	Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации.		2
	Практические занятия		**2**	
	1.	Анализ факторов окружающей среды маркетинга организации.	2	
Тема 3.8. Конкурентная среда	**Содержание**		**4**	
	1.	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества.	4	2
	2.	Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.		2
	3.	Виды конкуренции.		1
	4.	Методы конкурентной борьбы.		1
	5.	Показатели оценки конкурентоспособности.		3
	Практические занятия		**2**	
	1.	Методика оценки конкурентоспособности организации и товаров. Решение задач по анализу и оценке конкурентных преимуществ организации, оценке конкурентоспособности товаров.	2	
Тема 3.9. Товарная политика в маркетинге	**Содержание**		**6**	
	1.	Задачи, цели и сущность товарной политики в маркетинге	6	2
	2.	Маркетинговое понятие товара.		1
	3.	Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. Требования, предъявляемые к товару		2
	4.	Уровни товара и его подкрепление.		1
	5.	Концепция жизненного цикла товара: понятие РЖЦ, характеристика этапов. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.		2
	6.	Разработка новых товаров (продукции, услуг): обоснование необходимости, этапы.		3
	7.	Рыночная атрибутика товаров: товарная марка, упаковка, сервисное обслуживание.		2
	Практические занятия		**2**	

	1.	Решение ситуаций по определению требований, предъявляемых к товару потребителями	2	
Тема 3.10. Ценовая политика в маркетинге	**Содержание**		**6**	
	1.	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования.	6	1
	2.	Задачи, цели и сущность ценовой политики в маркетинге		1
	3.	Виды цен в маркетинге		1
	4.	Методика установления цены в маркетинге		2
	5.	Ценовые стратегии и их реализация		2
	Практические занятия		**2**	
	1.	Решение ситуаций по оценке эффективности ценовой политики организации	2	
Тема 3.11. Сбытовая политика в маркетинге	**Содержание**		**4**	
	1.	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика, средства: распределения и продвижения товаров.	4	1
	2.	Цели, задачи и основные направления сбытовой политики.		1
	3.	Формирование каналов распределения: виды каналов, их характеристики, критерии выбора		2
	4.	Посредники: понятия, виды, роль в сбытовой политике.		1
	5.	Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.		2
	Практические занятия		**2**	
	1.	Обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций.	2	
Тема 3.12. Методы маркетинга	**Содержание**		**4**	1
	1.	Классификация методов маркетинга.	4	
	2.	Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки.		1
	3.	Виды и разновидности опросов. Методика проведения опросов.		2
	4.	Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды.		3
	5.	Методы прогнозирования спроса на рынке: назначение, разновидности, возможности.		2
	6.	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): виды, назначение.		2
	Практические занятия		**4**	
	1.	Составление анкеты по выявлению потребностей	4	
	2.	Упражнения по проведению и подведению итогов анкетирования по выявлению потребностей		

	3.	Решение задач по анализу н оценке окружающей среды		
	4.	Решение задач по применению методов прогнозирования спроса на рынке		
Тема 3.13. Коммуникационная политика в маркетинге	**Содержание**		**4**	
	1.	Цели, задачи и правила коммуникационной политики, маркетинговые коммуникации и их характеристику.	4	1
	2.	Формирование спроса (мероприятия ФОС)		
	3.	Реклама - инструмент продвижения товаров на рынок. Цели, задачи и функции рекламы		2
	4.	История возникновения и совершенствования рекламы		1
	5.	Требования, предъявляемые к рекламе		2
	6.	Правовые основы рекламной деятельности.		2
	7.	Классификация рекламы		1
	8.	Средства рекламы и их применение.		2
	9.	Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы		2
	10	Организация проведения рекламной кампании		1
	11.	Персональные продажи - инструмент продвижения товаров на рынок		2
	12.	Стимулирование сбыта (мероприятия СТИС)		2
	13.	Мероприятия «паблик рилейшнз»		1
	Практические занятия		**6**	
	1.	Решение ситуаций по применению закона РФ «О рекламе»	6	
	2.	Разработка плана проведения рекламной кампании. Обоснование целесообразности использования и применения маркетинговых коммуникаций.		
	3.	Составление рекламных текстов, обращений, лозунгов.		
	4.	Анализ рекламных текстов и оценка их эффективности.		
	5.	Определение мероприятий для организации по СТИС.		
Тема 3.14. Маркетинговые исследования рынка	**Содержание**		**4**	
	1.	Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора.	4	
	2.	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты.		
	3.	Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований.		
	4.	Этапы маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений, управление маркетингом.		
	5.	Организация проведения маркетинговых исследований.		

	6.	Коррекция н оптимизация результатов маркетинговых исследований.		
	Практические занятия		**4**	
	1.	Разработка плана проведения маркетингового исследования рынка (направление исследования определяется преподавателем).	4	
	2.	Деловая игра «Организация проведения маркетингового исследования рынка»		
Тема 3.15. Стратегия и планирование маркетинга	**Содержание**		**4**	
	1.	Определение понятий: стратегия и тактика.	4	1
	2.	Общая характеристика стратегий маркетинга.		1
	3.	Планирование маркетинга. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью.		2
	4.	Стратегический анализ.		2
	5.	Контроль в маркетинге.		2
	Практические занятия		**2**	
	1.	Анализ стратегии и тактики.	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 02. Работа с учебной и специальной литературой (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Изучение нормативных и методических материалов, регламентирующих производственно-хозяйственную деятельность организации. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Выполнение практических работ (по заданию преподавателя). Работа над докладом, сообщением, рефератом. Изучение СМИ. Разработка сообщений по темам: «Окружающая среда маркетинга (действующей организации)», «Прямой маркетинг», «История рекламы» др. Решение ситуаций по определению вида спроса на товар, маркетинговых мероприятий, присущих типу маркетинга, применяемому при данном виде спроса. Решение ситуаций по выбору наиболее эффективной организационной структуры управления маркетингом Разработка компьютерных презентаций на темы: «Товарные марки организаций», «Новые товары» и др. Решение ситуаций по применению Закона РФ «О рекламе». Разработка средств рекламы по заданию преподавателя. Разработка анкеты маркетингового исследования рынка. Составление отчета маркетингового исследования рынка по результатам деловой игры.			**50**	
		Всего:	**432**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Финансов, налогов и налогообложения», «Маркетинга», лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест:

– рабочие столы и стулья для обучающихся;

– рабочие столы и стулья для преподавателя;

– доска классная;

– наглядные пособия;

– комплект учебно-методической документации;

– стенды:

- система нормативного регулирования бухгалтерского учета и отчетности в РФ;

- план счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации;

- требования к уровню подготовки выпускника по бухгалтерскому учету;

- новости бухгалтерского и налогового учета;

- в помощь студенту-практиканту. Оформление дневника-отчета;

– комплекты бланков первичных документов, учетной документации;

– комплекты учебно-методических материалов (задания для практических занятий, сборники задач).

Технические средства обучения:

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории «Информационных технологий в профессиональной деятельности:

компьютеры, принтер, сканер, мультимедийное оборудование, программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Конституция Российской Федерации. М., «Юридическая литература», 2018.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. М., «Приор», 2017.
3. Закон Российской Федерации о федеральном бюджете на текущий год.
4. Финансы, денежное обращение и кредит (для СПО). Учебник: учебник / Т.М. Ковалёва и др. — Москва: КноРус, 2019. — 168 с. — ISBN 978-5-406-06551-8.
5. Финансы, денежное обращение и кредит: учебное пособие / Л.Н. Рубцова, Ю.А. Чернявская. — Москва: Русайнс, 2018. — 309 с. — ISBN 978-5-4365-0677-7.
6. Финансы, денежное обращение и кредит: учебно-методическое пособие / Л.Н. Рубцова, Ю.А. Чернявская. — Москва: Русайнс, 2016. — 309 с. — ISBN 978-5-4365-0677-7.
7. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник / Т.М. Ковалева под ред. и др. — Москва: КноРус, 2016. — 168 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-04525-1.
8. Денежное обращение. Финансы. Кредит: учебное пособие / А.Б. Хлопотов, А.В. Чесноков. — Москва : Горная книга, 2002. — 102 с. — ISBN 5-7418-0233-8.
9. Зинкевич А.Э. Финансы и кредит, М., ОИЦ Академия, 2016.

10. Финансы, денежное обращение и кредит (для СПО). Учебник : учебник / Т.М. Ковалёва и др. — Москва : КноРус, 2019. — 168 с. — ISBN 978-5-406-06551-8.

11. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / Т.М. Ковалева под ред. И др. — Москва : КноРус, 2016. — 168 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-04525-1.

12 Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / В.Д. Герасимова, Л.Р. Туктарова, О.А. Черняева. — Москва: КноРус, 2018. — 505 с. — Для бакалавров. — ISBN 978-5-406-05686-8.

12. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия: учебное пособие / В.Д. Герасимова. — Москва: КноРус, 2017. — 356 с. — ISBN 978-5-406-05409-3.

13. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие / Э.С. Хазанович. — Москва: КноРус, 2017. — 271 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-05645-5.

Анализ хозяйственной деятельности : учебник / Л.С. Васильева, М.В. Петровская. — Москва: КноРус, 2016. — 606 с. — ISBN 978-5-406-04615-9.

14. Пястолов, С. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник для использования в учебном процессе образовательных учреждений, реализующих программы среднего профессионального образования / С. М. Пястолов. – Москва : Академия, 2018 . – 377с. (РГБ)

4. Бендерская, О. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник для студентов всех форм обучения направления 38.03.01 - Экономика / О. Б. Бендерская, И. А. Слабинская. – Белгород : Изд-во БГТУ, 2016. – 460 с. (РГБ)

15. Маркетинг: учебник для студентов / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2017. – 335 с.

16. Маркетинг в регулировании банковский сферы: теория и инструменты / Кошель Н. В. ; М-во образования и науки Российской Федерации ; Ростовский гос. экономический ун-т (РИНХ). - Ростов-на-Дону : Ростовский гос. экономический ун-т, 2013. - 91 с.

17. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и К, 2017. - 256 с.

18. Музыкант, В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 216 с. (РГБ)

19. Основы маркетинга. Теория и практика: [учебное пособие] / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 381 с.

20. Барышев, А. Ф. Маркетинг: учебник для использования в учебном процессе образовательных учреждений, реализующих программы среднего профессионального образования / А. Ф. Барышев. – Москва : Академия, 2018. – 223с. (РГБ)

Дополнительные источники:

1. Жукова Е.Ф. Деньги. Кредит. Банки. Ценные бумаги. Практикум. Учебное пособие. М., ЮНИТИ, 2015.

2. Каджаева М.Ф. Банковские операции М., Академия 2016..

3. Каджаева М.Ф. Банковские операции. Практикум, М., Академия 2015.

4. Мальцева В.А.Финансы и право, М., ОИЦ Академия, 2015 Кнорус. ISBN 978-5-406-06551-8.

5. Поляк Г.Б Финансы, денежное обращение и кредит М., ЮНИТИ, 2015.(РГБ)

6. Перекрестова Л.В. Финансы и кредит, ОИЦ Академия, 2015.(РГБ)

7. Рудская Е.Н. Финансы и кредит Практикум, Ростов – на-Дону, Феникс. 2016.

8. Савицкая Г. В Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие – 7 – е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2016. – 704 с. – (Экономическое

образование).
9. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 215 с. – (Серия «Высшее образование»).
10. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. - М. ИНФРА-М, 2015. – 237 с.
11. Котлер, Ф. Основы маркетинга: Пер с англ. /Общ. ред. Е.М. Пеньковой. М.: Прогресс, 2017. – 511 с.
12. Кузнецов, А., В. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования: Учебное пособие / А. В. Кузнецов, В. А. Сакович, Н. И. Холод. — СПб.: Лань, 2015. — 272 с.(РГБ)
13. Липсиц И.В., Дымшиц М.Н. Основы маркетинга: учебник / И.В Липсиц., М.Н. Дымшиц. – М.: Геотар-Медиа, 2014. – 208 с.
14. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И. Мазилкина. — М.: Дашков и К, 2017. — 256 с.
15. Макашева, З.М. Брендинг / З.М. Макашев. — СПб.: Питер, 2014. – 204 с.
Маркетинг : учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2018. — 189 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-06183-1.
Маркетинг : учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2016. — 189 с. — Для ссузов. — ISBN 978-5-406-04757-6.

Учебно-методические, периодические издания:

1. Программа «Гарант; Консультант Плюс.
2. Сайт Банка Россииhttp://www.cbr.ru/
3. Сайт министерства финансов Российской Федерации http://www.minfin.ru/
4. Сайт федеральной налоговой службы http://www.nalog/ru/
5. Сайт Правительства Российской Федерации http://www.pravitelstvo.ga.ru/
6. Сайт информационный о российских и зарубежных банкахhttp://www.banki.ru/
7. Российская газета

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия проводятся в учебных аудиториях и лабораториях, оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным, программным обеспечением.

Для изучения данного профессионального модуля должно предшествовать освоение следующих учебных дисциплин как «Статистика», «Бухгалтерский учет», «Документационное обеспечение управления», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Экономика организации».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и специальности «Коммерция».

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**
Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации	Правильный подбор информации по данным бухгалтерского учета для контроля результатов планирования коммерческой деятельности, проведение учета товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) в соответствии с Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденное приказом Минфина России от 29.07.1998г. № 34н.	*Практические занятия* *Наблюдение* *Экспертная оценка* *Зачеты по производственной практике* *Диф.зачет по каждому из междисциплинарных курсов*
Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	Правильное оформление, проверка правильности составления, обеспечение хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	
Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	Применение в практических ситуациях экономических методов, расчет микроэкономических показателей, их анализ, а также рынков ресурсов согласно принятой методики	
Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	Правильный расчет основных экономических показателей работы организации, цены, заработной платы	
Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	соответствие разработанных анкет по выявлению потребностей потребителей предъявляемым требованиям, - правильность проведения анкетирования по выявлению потребностей потребителей в соответствии с установленными правилами, - точность определения видов спроса и соответствующих им типов маркетинга в соответствии с установленными правилами, - соответствие разработанного плана мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта, средств рекламы предъявляемым требованиям	Защита выполненных практических работ, защита выполненных практических заданий по производственной практике
Обосновывать целесообразность использования и применять	четкость обоснования применения отдельных средств маркетинговых	

маркетинговые коммуникации	коммуникаций для достижения поставленных задач	
Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработка и реализация маркетинговых исследований	соответствие разработанного плана проведения маркетингового исследования предъявляемым требованиям, -правильность проведения маркетингового исследования в соответствии с поставленными целями и задачами, -соответствие разработанного отчета маркетингового исследования предъявляемым требованиям	
Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	правильность решения ситуаций по выбору оптимальных каналов сбыта, оценке эффективности сбытовой политики в соответствии с поставленными целями и задачами; точность определения конкурентных преимуществ организации, оценки ее конкурентоспособности в соответствии с установленными правилами.	
Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций согласно принятой методики; оформление финансовых документов и отчетов согласно учетной политике организации; демонстрация навыка работы в программе «1С: Бухгалтерия» при оформлении финансово-отчетной документации; проведение кассовых операций, денежных документов и переводов в пути; - проведение учета денежных средств на расчетных и специальных счетах; - учет особенностей учета кассовых операций в иностранной валюте и операций по валютным счетам; - оформление денежных и кассовых документов; - заполнение кассовой книги и отчета кассира в бухгалтерии; расчет основных федеральных налогов: НДС, акцизы, налог на прибыль предприятий, НДФЛ, государственная пошлина Расчет основных региональных налогов: налог на имущество организаций, транспортный налог Расчет основных местных налогов: земельный налог Расчет налогов по специальным налоговым режимам: УСН, ЕНВД, ЕСХН.	*Практические занятия* *Наблюдение* *Экспертная оценка* *Зачеты по учебной практике* *Экзамен по каждому из междисциплинарных курсов*

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии. Наличие положительных отзывов по итогам производственной практики.	*Наблюдение и анализ*
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Обоснование постановки цели. Самооценка качества деятельности. Выбор путей реализации профессиональных задач.	*Наблюдение, экспертная оценка*
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Прогнозирование решений нестандартных ситуаций.	*Наблюдение*
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Использование в работе нормативно-правовых документов.	*Интерпретация результатов наблюдения за деятельностью обучающегося в процессе обучения*
Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий	Свободное владение и пользование возможностями информационно-справочных служб.	*Наблюдение и анализ*
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с коллегами, руководством и потребителями в ходе обучения.	*Наблюдение*
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция результатов собственной работы.	*Наблюдение*
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	*Наблюдение*
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области контроля и анализа финансово-хозяйственной деятельности организации на основе бухгалтерской отчетности	*Наблюдение*
Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)	Исполнение воинской обязанности, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)	*Наблюдение*

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	– проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества;
ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и	– демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа; – отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве;

участвующий в деятельности общественных организаций.	
ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.	– проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону; – готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;
ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».	– демонстрация интереса к будущей профессии; – положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; – ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; – проявление высокопрофессиональной трудовой активности;
ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.	– соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики; – проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности
ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.	– готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;
ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	– готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;
ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.	– готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах; – отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве; – отсутствие фактов проявления идеологии

	терроризма и экстремизма среди обучающихся;
ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.	– демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся; – умение противодействовать терроризму и экстремизму
ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.	– проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира; – демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии;
ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.	– проявление уважения к эстетическим ценностям, владение основами эстетической культуры
ЛР 12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.	– демонстрация принятия семейных ценностей, готовность к созданию семьи и воспитанию детей; неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания
ЛР 13 Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации	– участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях; – конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде; – участие в исследовательской и проектной работе;
ЛР 14 Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм	– проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;
ЛР 15 Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.	– участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях; – конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде; – участие в исследовательской и проектной работе; – оценка собственного продвижения, личностного

	развития; – участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Пятигорский техникум экономики и инновационных технологий» (АНО ПО «ПТЭИТ»)

СОГЛАСОВАНО
ООО «БЕШТАУ-СЕРВИС»
Раздобудько В.И
«16» августа 2023 г.

Директор АНО ПО
«ПТЭИТ»
_____ В.М.Вазагов
«16» августа 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПМ.02 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

для студентов специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

г. Пятигорск, 2023 г.

Фонд оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Пятигорский техникум экономики и инновационных технологий» (АНО ПО «ПТЭИТ»)

Разработчики:

Гусельщикова Н.Б. – к.э.н., преподаватель АНО ПО «ПТЭИТ»

Кирсанова Н.В.- преподаватель высшей квалификационной категории АНО ПО «ПТЭИТ»

РАССМОТРЕН
отделением общеобразовательных и
социально-экономических дисциплин
Протокол №1 от 16.08.2023г.
Зав.отделением_____Кирсанова Н.В.

СОГЛАСОВАН
на заседании УМС
пр. № 1 от 16.08.2023
_____ Кодякова О.А.

Рецензенты:

Сердюкова О.И. – к.э.н., доцент, преподаватель АНО ПО «ПТЭИТ»

Моргачёва.Г.Р – преподаватель высшей квалификационной категории ГБПОУ СПО «Пятигорский техникум торговли, технологий и сервиса»

Содержание

I. Паспорт фонда оценочных средств ……..…….33

1.1. Результаты освоения программы профессионального модуля, подлежащие проверке ……..…….……33

II. Оценка освоения междисциплинарных курсов ……...……37

2.1. Формы и методы оценивания …….……..37

2.2. Перечень заданий для оценки освоения ПМ 02. ……37

III. Контрольно – оценочные материалы для экзамена (квалификационного) ……....39

3.1. Формы проведения экзамена (квалификационного) …….39

3.2. Задания, выполняемые в ходе очной части экзамена . ……..…….39

I. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Результаты освоения программы профессионального модуля, подлежащие проверке.

1.1.1. Вид профессиональной деятельности.

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.**

1.1.2. Профессиональные и общие компетенции

При освоении программы профессионального модуля у обучающихся проверяться следующие компетенции.

Таблица 1. Показатели оценки сформированности ПК.

Профессиональные компетенции	**Показатели оценки результата**	**№ № заданий для проверки**
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	Формулирование состава бухгалтерской отчетности Изложение порядка проведения инвентаризации Составление инвентаризационных ведомостей	Задание № 1
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	Выполнение оформления и обоснование правильности составления организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных документов с использованием автоматизированных систем	Задание № 2
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов	Решение задач по расчету микроэкономических показателей Выполнение расчетов по оценке микроэкономических показателей и их анализ	Задание № 3
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	Решение задач по расчету экономических показателей работы организации	Задание № 4
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	Формирование потребностей, видов спроса и определение соответствующего им типа маркетинга, обеспечивающего цели организации и стимулирование сбыта товаров	Задание № 5
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	Обоснование целесообразности использования и применения маркетинговых коммуникаций	Задание № 6
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Определение и обоснование выбора методов маркетинговых исследований рынка. Демонстрация участия в проведении маркетинговых исследований. Формулирование и реализация маркетинговых решений	Задание № 7

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	Участие в реализации сбытовой политики организации в соответствии с должностными обязанностями. Нахождение и выделение конкурентных преимуществ организации, обоснование конкурентоспособностей товаров.	Задание № 8
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	Использование приемов и методов АФХД для оценки показателей работы предприятия Решение задач с использование приемов и методов АФХД	Задание № 9

Таблица 2. Показатели оценки сформированности ОК, (в т.ч. частичной)

Общие компетенции (возможна частичная сформированность)	**Показатели оценки результата**	**№ № заданий для проверки**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Рациональность выбора и применение методов и способов решения профессиональных задач в области торгово - сбытовой деятельности; адекватная оценка их эффективности и качества выполнения;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.
ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Правильность решения стандартных и нестандартных профессиональных задач в области торгово – сбытовой деятельности;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективность поиска необходимой информации с использованием различных источников, включая электронные	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации.	рациональность организации самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и	Грамотность применения норм действующего	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью

обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.	законодательства, требований нормативных документов, стандартов, технических условий в организации торгово – сбытовой деятельности.	обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио.

1.1.3 Дидактические единицы «иметь практический опыт», «уметь» и «знать»

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен освоить следующие дидактические единицы.

Таблица 3. Перечень дидактических единиц в МДК и заданий для проверки

Коды	**Наименование**	**Показатели оценки результата**	**№ № заданий для проверки**
Иметь практический опыт:			
ПО 1	оформления финансовых документов и отчетов	Оформление финансовых документов и отчетов	Задание № 1
ПО 2	проведение денежных расчетов	Оформление расчетных документов на безналичное перечисление денежных средств	Задание № 2
ПО 3	расчета основных налогов	Производить расчеты основных видов налогов	Задание № 3
ПО 4	анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций	Проведение анализа показателей финансово – хозяйственной деятельности торговых организаций	Задание № 4
ПО 5	выявления потребностей (спроса) на товары	Выявление потребностей на товары.	Задание № 5
ПО 6	реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с коньюктурой рынка	Организация реализации маркетинговых мероприятий торговым предприятием в соответствии со сложившийся коньюктурой рынка.	Задание № 6
ПО 7	участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций	Принимать участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций.	Задание № 7
ПО 8	анализа маркетинговой среды организации	Осуществление анализа маркетинговой среды организации	Задание № 8
Уметь:			
У 1	составлять финансовые документы и отчеты	Правильность выполнения задания по составлению финансовых документов и отчетов	Практическая работа
У 2	осуществлять денежные расчеты	Правильность оформления расчетных документов на перечисление денежных средств	Практическая работа
У 3	пользоваться нормативными документами в области налогообложения регулирующими механизм и порядок налогообложения	Правильность использования нормативных документов в области налогообложения регулирующие механизм и порядок налогообложения	Практическая работа
У 4	рассчитывать основные налоги	Правильность произведенных расчетов основных налогов	Практическая работа
У 5	анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций	Правильность выполнения анализа результатов финансово- хозяйственной деятельности торговых организаций	Практическая работа
У 6	применять методы и приемы	Правильность применения методов и	Практическая

	финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций	работа
У 7	выявлять, формировать и удовлетворять потребности	Правильность выполнения заданий по выявлению формированию удовлетворения потребностей.	Практическая работа
У 8	обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	Правильность выполнения задания по обеспечению продвижения товаров на рынке через различные каналы сбыта, с использованием маркетинговых коммуникаций.	Практическая работа
У 9	проводить маркетинговые исследования рынка	Правильность выполнения задания по проведению маркетинговых исследований рынка.	Практическая работа
У 10	оценивать конкурентоспособность товаров	Правильность выполнения заданий при оценке конкурентоспособности товаров.	Практическая работа
Знать:			
З 1	сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения	Демонстрация знаний по сущности, функциям и роли финансов и денег в экономике, а так же денежного обращения.	Тестирование
З 2	финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля	Демонстрация знаний кредитно-денежной политики, финансового планирования и методов финансового контроля.	Тестирование
З 3	основные положения налогового законодательства	Демонстрация знаний Налогового кодекса	Тестирование
З 4	функции и классификацию налогов	Демонстрация знаний функций и классификации налогов	Тестирование
З 5	организацию налоговой службы	Демонстрация знаний по организации налоговой службы РФ	Тестирование
З 6	методику расчета основных видов налогов	Демонстрация знаний методики расчета основных видов налогов	Тестирование
З 7	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	Демонстрация знаний методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: целей, задач, методов, приемов, видов; информационного обеспечения, организации аналитической работы; анализа деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности	Тестирование
З 8	составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты	Демонстрация знаний составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты	Тестирование
З 9	средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику	Демонстрация знаний средств удовлетворения потребностей, средств распределения и продвижения товаров, средств маркетинговых коммуникаций и их характеристику.	Тестирование
З 10	методы изучения рынка, анализа окружающей среды	Демонстрация знаний методов изучения рынка, анализа окружающей среды.	Тестирование

З 11	конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности	Демонстрация знаний конкурентной среды предприятия, видов конкуренции и показатели	Тестирование
З 12	этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом	Демонстрация знаний этапов маркетинговых исследований, их результатов, управление маркетингом.	Тестирование

II. Оценка освоения междисциплинарных курсов

2.1. Формы и методы оценивания

Предметом оценки освоения МДК являются умения и знания.

Контроль и оценка этих дидактических единиц осуществляется с использованием следующих форм и методов:

Элементы модуля, профессиональный модуль	**Формы промежуточной аттестации**
1	**2**
МДК. 02.01 Финансы, налоги и налогообложение.	Дифференцированный зачет
МДК. 02.02 Анализ финансово – хозяйственной деятельности	Дифференцированный зачет
МДК. 02.03Маркетинг	Дифференцированный зачет

Оценка освоения МДК:

Предметом оценки освоения МДК являются умения и знания. Дифференцированный зачет по МДК проводится с учетом результатов текущего контроля (накопительная система оценивания). Текущий контроль *умений* осуществляется в ходе освоения МДК в форме защиты практических работ. Текущий контроль *знаний* осуществляется в ходе освоения МДК в форме тестирования.

Обучающийся, имеющий по результатам защиты практических работ и тестирования текущие оценки «отлично», освобождается от выполнения заданий на экзамене и получает оценку «отлично».

Обучающийся, имеющий по результатам защиты практических работ и тестирования текущие оценки «хорошо» и «отлично», освобождается от выполнения заданий на экзамене получает оценку «хорошо». Если обучающийся претендует на получение более высокой оценки, он должен выполнить задания на экзамене. Перечень заданий определяется в зависимости от результатов текущего контроля.

Обучающейся, имеющий по результатам защиты практических работ и тестирования текущие оценки «хорошо» и «удовлетворительно», освобождается от выполнения заданий на экзамене и получает оценку «удовлетворительно». Если обучающийся претендует на получение более высокой оценки, он должен выполнить задания на экзамене. Перечень задания определяется в зависимости от результатов текущего контроля.

Если обучающийся имеет по результатам защиты практических работ и тестирования текущие оценки «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», то на экзамене, для получения итоговой удовлетворительной оценки он должен выполнить задания, оценки за выполнение которых в рамках текущего контроля были ниже необходимы для положительной аттестации по накопительной системе. Перечень заданий определяется в зависимости от результатов текущего контроля.

2.2. Перечень заданий для оценки освоения ПМ 02.

Таблица 4. Перечень заданий по ПМ 02. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

Проверяемые результаты обучения (У и З)	**Тип задания**	**Возможности использования**
Умения		
составлять финансовые документы и отчеты	Практическое занятие № 14. Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения. Практическое занятие № 16 Составление аналитического баланса – нетто. Практическое занятие № 17. Анализ структуры имущества предприятия (МДК 02.02)	текущий контроль
осуществлять денежные расчеты	Практическое занятие № 7. Анализ выполнения плана материально- технического обеспечения.(МДК 02.02)	текущий контроль
пользоваться нормативными документами в области налогообложения регулирующими механизм и порядок налогообложения	Самостоятельная работа Изучение Налогового кодекса Российской Федерации	текущий контроль
рассчитывать основные налоги	Практическое занятие № 9«Расчет налога на прибыль	текущий контроль

	предприятий», практическое занятие №11«Расчет НДФЛ с применением стандартных вычетов»	
анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций	Практическое занятие № 13. Анализ влияния факторов на прибыль от продаж. Практическое занятие № 15. Анализ влияния факторов на уровень рентабельности. Практическое занятие № 18. Анализ ликвидности баланса и активов предприятия. Практическое занятие № 19. Анализ финансовой устойчивости предприятия. Практическое занятие № 20. Анализ оборачиваемости оборотных средств (МДК 02.02)	текущий контроль
применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	Практическое занятие № 1. Применение приема сравнения в решении производственных задач. Практическое занятие № 2. Оценка степени выполнения плана по выпуску продукции Практическое занятие № 3. Оценка ритмичности выпуска продукции Практическое занятие № 4. Оценка динамики показателей объема реализации продукции. Практическое занятие № 5. Анализ состояния и основных средств. Практическое занятие № 6. Анализ эффективности использования основных средств Практическое занятие № 8. Оценка обеспеченности предприятия рабочей силой. Практическое занятие № 9. Анализ влияния изменения численности работников и производительности труда на объем производства Практическое занятие № 10. Анализ использования фонда заработной платы Практическое занятие № 11. Расчет влияния факторов на себестоимость продукции. Практическое занятие № 12. Анализ себестоимости по статьям затрат (МДК 02.02)	текущий контроль
выявлять, формировать и удовлетворять потребности	Практическое занятие № 2«Определение соотношения спроса и предложения», практическое занятие № 3«Поведение потребителя и продавца на рынке», практическое занятие № «Анализ торговой окружающей среды».	текущий контроль
обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	Практическое занятие № 8«Оценка преимущества недостатка сбыта товаров», практическое занятие № 9 «Определение выгодных размеров заказов товара», практическое занятие № 10 «Методы личной продажи товаров коммерческим агентам», практическое занятие № 6 «Оценка ценовой стратегии выбранной организации».	текущий контроль
проводить маркетинговые исследования рынка	Практическое занятие № 5 «Определение конкурентной среды фирмы», практическое занятие № 12 «Организация рекламной компании», практическое занятие № 14 «Составление маркетинговой программы»	текущий контроль
оценивать конкурентоспособность товаров	Практическое занятие № 1 «Позиционирование товаров на рынке», практическое занятие № 13 «Выбор оптимального рынка для нового товара», практическое занятие №7 «Определение безубыточной ценны при вводе на рынок новой продукции».	текущий контроль
Знания:		
составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты	Тестирование	Текущий контроль
средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику	Тестирование	Текущий контроль

методы изучения рынка, анализа окружающей среды	Тестирование	Текущий контроль
конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности	Тестирование	Текущий контроль
этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом	Тестирование	Текущий контроль

III. Контрольно – оценочные материалы для экзамена (квалификационного)

3.1. Формы проведения экзамена (квалификационного)

Экзамен (квалификационный) представляет собой процедуру оценки уровня освоения профессиональных компетенций преподавателем и работодателем. В ходе очной части экзамена обучающиеся выполняют ситуационные (торговые) задания. ПК, освоенные на производственной практики оцениваются по аттестационному листу и отчету по производственной практике – заочная часть экзамена.

При отрицательном заключении хотя бы по одной из профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен».

3.2. Форма оценочной ведомости.

3.3. Задания, выполняемые в ходе очной части экзамена

Билет № 1.

Оцениваемые компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации.
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.

Условия выполнения задания:
Задания выполняются в учебном классе теоретического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.
Инструкция: внимательно прочитайте задание;
ответьте на предложенные вопросы;
решите предложенные ситуации**.**

Время выполнения задания: 3 академических часа.

Вариант 1

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

Задание 1.
Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование сыра	Количество, (кг)	розничная цена,(руб.)
1	Швейцарский	35,7	268

2	Сливочный	28,4	253
3	Сметанковый	56,9	264
4	Голландский	34,1	275
5	Король Артур	16,3	290

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

Задание 2.
Оформите счет-фактуру.
Продавец - Дзержинский мясокомбинат, покупатель – магазин Перекресток.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена, руб.
Колбаса Докторская	Кг	120,6	320,00
Колбаса Молочная	Кг	350,7	310,00
Мясо птицы охлажденное	Кг	286,1	155,50
Майонез Провансаль 0,2	Шт	40	23,50

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов

Задание 3. Проанализировать динамику показателей финансовых результатов ООО «Каприз»

Показатель	Сумма, тыс. руб.		Отклоне-ние	Темп роста	Темп прироста
	Прошлый период	Отчетный период			
Прибыль от продаж	41 550	45 372			
Проценты к получению	6	8			
Проценты к уплате	3 300	3 200			
Прочие доходы	1 640	2 120			
Прибыль до налогообложения					
Налог на прибыль	5 906	6 830			
Чистая прибыль					

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

Задание 5.
Провести анализ и оценку потенциального спроса в России по средствам для полоскания полости рта по следующим исходным данным:
– количество потенциальных пользователей – все люди старше 5 лет, т.е. приблизительно 90% населения России (население России 145млн.);
– количество ситуаций в год – предположим, что каждый потенциальный пользователь может полоскать рот два раза в год;
– объем потребления за один раз - 25 мл;
– средняя емкость одного флакона 250 мл.
Предложите средства для стимулирования сбыта.
Какой спрос на товары характерен для развивающегося маркетинга?

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

Задание 6.
Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,

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

Задание 7.
Дела швейного объединения «Элегант» некоторое время назад шли более чем плохо. Руководство фирмы в поисках вывода из создавшегося положения обратилась к специалистам по маркетингу. Специально разработанная стратегическая программа обращения к рынку подсказала, что следует заменить часть оборудования, ликвидировать не нужные участки производства, перейти на использование высококачественных тканей, активнее изменять ассортимент изделий. Главным в производстве стал дизайн, применение сервисного обслуживания во время продажи изделий, проведение демонстрации и выставок изделий, хорошая реклама. Фирма пережила второе рождение.
Вопросы:
1. Какую рыночную стратегию применяли специалисты по маркетингу?
2. Охарактеризуйте цели и направления маркетинговых исследований, проведенных маркетологами швейного объединения?
3. На какие элементы комплекса маркетинга сделан акцент?

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

Задание 8.
Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:
- средняя себестоимость продукции компании А – 162 000 руб.;
- средняя себестоимость продукции компании Б – 105 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 270 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 192 000 руб.

Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А?

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9.
Заполнить актив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО “Артель” за первое полугодие 2010 года и сделать выводы.

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Измене ние, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
Актив						
1. Внеоборотные активы	85 000		87 000			
1.1 НМА	24 000		28 000			
1 .2 Основные средства	54 000		50 000			
1 .3 Долгосрочные фин.	7 00		9 000			
вложения						
2. Оборотные активы	107 000		125 000			
2.1 Запасы, затраты, НДС по	32 000		38 000			
приобретенным ценностям						
2.2 Дебиторская	16 000		22 000			
задолженность						
2.3 Краткосрочные	12 000		15 000			

финансовые вложения						
2.4 Денежные средства	47 000		50 000			
3. Затраты в незавершенном производстве	14 000		15 000			
БАЛАНС	206 000		227 000			

Вы можете воспользоваться: Отчетами по практическим работам по МДК 01.01.,МДК 01.02. , МДК 01 .03., отчетами по производственной практике, действующей нормативно - технической документацией.

Билет № 2.

Оцениваемые компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации.
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.

Условия выполнения задания:
Задания выполняются в учебном классе теоретического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.
Инструкция: внимательно прочитайте задание;
ответьте на предложенные вопросы;
решите предложенные ситуации**.**
Время выполнения задания: 3 академических часа

Вариант 2
Оцениваемые компетенции:
ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
Задание 1**.** Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование колбасы	количество,(кг)	розничная цена, (руб.)
1	Докторская	125,7	248
2	Молочная	98,6	223
3	Русская	42,9	284
4	Сливочная	49,1	295
5	Телячья	126,3	320

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
Задание 2.Оформите товарно-транспортную накладную.
Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин Магнит.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Крупа гречневая ядрица	кг	65	38,00

Крупа рис длиннозерный	кг	80	23,50
Сахарный песок	кг	245	26,00

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов
Задание 3. Проанализировать затраты на 1 рубль товарной продукции

№	Показатели, тыс. руб.	План	Отчет
1	Полная себестоимость товарной продукции	5 400	5 300
2	Себестоимость товарной продукции в оптовых ценах	4 863	3 882

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
Задание 5.
В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействованы 3200 магазинов. Из них 254 магазина принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

- Запас товара на складах 254 магазинов составлял на 1 сентября 6788 ед., а на 1 ноября – 6432 ед.
- В сентябре эти магазины закупили 22 577, а в октябре – 20 900 ед. товара.

Необходимо рассчитать суммарную продажу данного товара за период сентябрь – октябрь во всех магазинах, используя индекс Нильсона.
Предложите средства для стимулирования сбыта.
Какой спрос на товары характерен для ремаркетинга?
Оцениваемые компетенции:
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,
Оцениваемые компетенции:
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
Задание 7.
Исходные данные:
Фирма «Смак» производит продукты питания. Из опыта работы фирма сделала вывод, что может улучшить результат своей предпринимательской деятельности, если создаст собственное производство продуктов питания из картофеля и выйдет с этим продуктом на внешний рынок.
Задание:
1. Какой тип маркетинговых исследований будет наиболее уместным в данной ситуации?
2. Какая маркетинговая информация потребуется высшему руководству фирмы «Смак»?
3. Определите стратегию сбыта, средства сбыта и торговых посредников для фирмы «Смак».
4. Какие методы стимулирования продажи товаров можно использовать в этой ситуации?

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
Задание 8.
Оцените конкурентоспособность Товара А, рассчитав интегральный показатель конкурентоспособности. Что можно сказать о конкурентоспособности товара А.

Технические показатели	1,2
Потребительские показатели	0,6
Ценовые показатели	0,95

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9. Заполнить пассив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО “Артель” за первое полугодие 2010 года сделать выводы об изменении структуры пассива баланса.

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
Пассив						
4. Капитал и резервы	108 000		111 000			
4.1 Уставный капитал	38 000		46 000			
4.2 Добавочный капитал	12 000		12 000			
4.3 Резервный капитал	18 000		20 000			
4.4 Нераспределенная прибыль	33 000		28 000			
4.5 Доходы будущих периодов	7 000		5 000			
5. Долгосрочные пассивы	6 000		4 000			
6. Краткосрочные пассивы	3 000		3 000			
6.1 Заемные средства	1 000		1 800			
6.2 Кредиторская	2 000		1 200			
задолженность						
БАЛАНС	117 000		118 000			

Вы можете воспользоваться: Отчетами по практическим работам по МДК 01.01.,МДК 01.02. , МДК 01 .03., отчетами по производственной практике, действующей нормативно - технической документацией.

Билет № 3.

Оцениваемые компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации.
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.

Условия выполнения задания:
Задания выполняются в учебном классе теоретического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.
Инструкция: внимательно прочитайте задание;
ответьте на предложенные вопросы;
решите предложенные ситуации**.**
Время выполнения задания: 3 академических часа

Вариант 3
Оцениваемые компетенции:

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
Задание 1.Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование рыбы с/м	количество, (кг)	розничная цена, (руб.)
1	Хек	85,7	130
2	Горбуша	98,4	85
3	Семга	56,7	526
4	Минтай	84,6	110
5	Карп	76,3	220

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
Задание 2.Оформите счет-фактуру.
Продавец - Сормовская кондитерская фабрика, покупатель – магазин Карусель.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Конфеты Ромашка	кг	220	250,00
Конфеты Мишка косолапый	кг	150	280,00
Конфеты Трюфель	кг	86	420,00
Шоколад Аленка 0,1	шт	340	23,00

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов
Задание 3. Проанализировать влияние факторов на изменение уровня рентабельности. Определить:

- валовую прибыль и прибыль от продажи товаров;
- рентабельность продаж за отчетный и прошлый период;

№	Показатели	Прошлый период	Отчетный период
1	Выручка от продажи товаров	1 518 520	1 041 232
2	Себестоимость проданных товаров	130 129	904 690
3	Валовая прибыль		
4	Коммерческие расходы	955	1 123
5	Управленческие расходы	22 473	18 863
6	Прибыль от продажи товаров		

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»
Оцениваемые компетенции:
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
Задание 5.
По оценке специалистов, сегодня средний потребитель майонеза в России потребляет примерно 2,3 кг майонеза в год, что намного превышает аналогичный показатель в европейских странах. Россия – второй по величине рынок майонеза после США, на нее приходит 14% мирового рынка. По оценкам компании «Русагро», в России майонез потребляют 95% населения. На основании этих данных определить размер российского и мирового рынков майонеза на период анализа.
Предложите средства для стимулирования сбыта.
Какой спрос на товары характерен для поддерживающего маркетинга?
Оцениваемые компетенции:
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,
Оцениваемые компетенции:

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
Задание 7.
Исходные данные:
Энский молочный комбинат имеет основных конкурентов – молочные заводы Московской области, Ставропольского края, Краснодарского края. Отдел маркетинга молочного комбината начал свою рекламную деятельность в 2000 году с рекламным агентом «Фаворит». Реклама разрешалась в специальных изданиях, нацеленных на оптовиков и регионы. Объемы продаж увеличились на 15-25 %. В 2001 году молочный комбинат сменил рекламное агентство, которое полностью изменило рекламную компанию. Были разработаны новый фирменный стиль для документации, новая одежда для сотрудников, изменился фирменный знак, дизайн упаковки. Серия молочных продуктов получила название: «Иван Поддубный», а рекламный слоган стал звучать так: «Если это пил Иван, значит, можно пить и Вам».
Задание:
1. Маркетинговые исследования каких факторов маркетинговой среды были проведены отделом маркетинга молочного комбината?
2. Какие средства продвижения использует молочный комбинат?

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
Задание 8.
Компания – производитель фотоаппаратов хочет оценить конкурентоспособность свой модели марки А. В качестве образца она берет модель компании – конкурента. Далее компания выбирает ряд показателей, характеризующих конкурентоспособность модели, а затем формирует индексы (относительные значения) каждого показателя. Результат такого исследования приведен ниже.
Частные показатели:
- эффективное расширение матрицы – индекс 0,9;
- максимальное разрешение – 0,8;
- оптическое увеличение – 1,0;
- диагональ ЖК-дисплея – 0,7;
- объем карты памяти – 0,6;
- эстетика оформления – 0,3;
- гарантийный срок – 0,5;
- цена покупки – 0,8;
- эксплуатационные расходы – 0,4.

Что означают показатели «расширения матрицы и объем карты памяти»?
По каким критериям можно сгруппировать интегральный показатель?
Проведите расчет для технической группы показателей.

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.
Задание 9. На основании данных актива аналитического баланса - нетто дайте оценку структуре имущества организации.

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение в абсолютной величине	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
1 Основные средства и прочие внеоборотные активы	56000	60000			
2 Запасы и затраты	12 000	14000			
3 Денежные средства, расчеты и прочие активы	25 000	22 000			
3.1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	15 000	12000			
3.2 Дебиторская задолженность	3 000	5 500			
3.3 Прочие оборотные активы	7 000	4 500			
Баланс	93 000	96000			

Вы можете воспользоваться: Отчетами по практическим работам по МДК 01.01.,МДК 01.02. , МДК 01 .03., отчетами по производственной практике, действующей нормативно - технической документацией.

Билет № 4.

Оцениваемые компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации.
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.

Условия выполнения задания:
Задания выполняются в учебном классе теоритического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.
Инструкция: внимательно прочитайте задание;
ответьте на предложенные вопросы;
решите предложенные ситуации**.**
Время выполнения задания: 3 академических часа

Вариант 4
Оцениваемые компетенции:
ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
Задание 1**.**Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование конфет	Количество, (кг)	розничная цена, (руб.)
1	Красная шапочка	120	350
2	Ромашка	198	250
3	Белочка	412	330
4	Сливочные	49	220
5	Теремок	116	320

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
Задание 2. Оформите товарно-транспортную накладную.
Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин «Овощи»

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Морковь ст.	кг	265,5	35,00
Картофель ст.	кг	680,9	13,50
Капуста св.	кг	245,2	16,00

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов
Задание 3. Проанализировать состав, движение и состояние основных средств

№	Показатели, тыс. руб.	Сумма на начало года	За отчетный год		Сумма на конец года
			введено	выбыло	
1	Основные средства	38 000	7500	2 800	

2	Износ основных средств	4 000	-	-	4 500

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
Задание 5.
В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействовано 5000 магазинов. Из них 200 магазинов принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

- запас некоторого товара на складах этих 200 магазинов составлял на 1 января 9362 ед., а на 1 апреля 8522е ед.;
- в январе эти магазины закупили 24 800 единиц товара, в феврале – 20 960, а в марте – 25 000 ед. товара.

Рассчитайте суммарную продажу этого товара за период сентябрь – октябрь во всех магазинах, реализующих продукцию отрасли, используя индекс Нильсона.
Предложите средства для стимулирования сбыта.
Какой спрос на товары характерен для демаркетинга?
Оцениваемые компетенции:
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,
Оцениваемые компетенции:
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
Задание 7.
Исходные данные:
Кондитерская фабрика «Мир» в течении одного года полностью перестроила свой производственный цикл, установив современное оборудование и применяя современную технологию. За этот период фабрика утратила рынок сбыта, на котором обосновались иностранные предприятия. Разрабатывая маркетинговую программу, маркетологи решили обратить особое внимание на восстановление прежнего имиджа и торговой марки фабрики. Новые технологии позволяют кондитерской фабрике расширить ассортимент выпускаемой продукции.
Задание:

1. Какой тип маркетинговых исследований был применен маркетологами фабрики?
2. Предложите маркетинговые мероприятия, которые необходимо провести фабрике.
3. Какие мероприятия по формированию общественного мнения необходимы?

Оцениваемые компетенции:
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
Задание 8.
Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:

- средняя себестоимость продукции компании А – 185 000 руб.;
- средняя себестоимость продукции компании Б – 110 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 290 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 202 000 руб.

Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А?
Оцениваемые компетенции:
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9. На основании данных пассива аналитического баланса - нетто дать оценку структуре источников средств организации.

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.	Отклонение	темпы, %

	на начало периода	на конец периода	в абсолютной величине	роста	прироста
3 Источники собственных средств	65 000	70 000			
4 Кредиты банков и займы	25 000	30 000			
4.1 Долгосрочные кредиты банков и займы	15 000	20 000			
4.2 Краткосрочные кредиты банков и займы	10 000	10 000			
5 Кредиторская задолженность и прочие пассивы	18 000	22 000			
5.1 Кредиторская задолженность	13 000	16 000			
5.2 Прочие краткосрочные обязательства	6 000	6 000			
Баланс	108 000	122 000			

Вы можете воспользоваться: Отчетами по практическим работам по МДК 01.01.,МДК 01.02. , МДК 01 .03., отчетами по производственной практике, действующей нормативно - технической документацией.

IV.ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА

4.1. Условия проведения экзамена.

Экзамен выполняются в учебном классе теоритического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.

Время выполнения задания: 3 академических часа

Количество вариантов задания для экзаменующихся - 4 варианта.

Оснащение: экзаменационные задания, бумага формата А-4, канцелярские принадлежности, действующая нормативно - техническая документация, эталоны ответов.

4.2. Задания

Вариант 1

Задание 1.Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование сыра	Количество, (кг)	розничная цена,(руб.)
1	Швейцарский	35,7	268
2	Сливочный	28,4	253
3	Сметанковый	56,9	264
4	Голландский	34,1	275
5	Король Артур	16,3	290

Задание 2.Оформите счет-фактуру.

Продавец - Дзержинский мясокомбинат, покупатель – магазин Перекресток.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена, руб.
Колбаса Докторская	Кг	120,6	320,00
Колбаса Молочная	Кг	350,7	310,00
Мясо птицы охлажденное	Кг	286,1	155,50
Майонез Провансаль 0,2	Шт	40	23,50

Задание 3. Проанализировать динамику показателей финансовых результатов ООО «Каприз»

Показатель	Сумма, тыс. руб.		Отклоне-ние	Темп роста	Темп прироста
	Прошлый период	Отчетный период			
Прибыль от продаж	41 550	45 372			
Проценты к получению	6	8			
Проценты к уплате	3 300	3 200			

Прочие доходы	1 640	2 120			
Прибыль до налогообложения					
Налог на прибыль	5 906	6 830			
Чистая прибыль					

Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Задание 5.
Провести анализ и оценку потенциального спроса в России по средствам для полоскания полости рта по следующим исходным данным:
– количество потенциальных пользователей – все люди старше 5 лет, т.е. приблизительно 90% населения России (население России 145млн.);
– количество ситуаций в год – предположим, что каждый потенциальный пользователь может полоскать рот два раза в год;
– объем потребления за один раз - 25 мл;
– средняя емкость одного флакона 250 мл.
Предложите средства для стимулирования сбыта.
Какой спрос на товары характерен для развивающегося маркетинга?

Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».

Задание 7.
Дела швейного объединения «Элегант» некоторое время назад шли более чем плохо. Руководство фирмы в поисках вывода из создавшегося положения обратилась к специалистам по маркетингу. Специально разработанная стратегическая программа обращения к рынку подсказала, что следует заменить часть оборудования, ликвидировать не нужные участки производства, перейти на использование высококачественных тканей, активнее изменять ассортимент изделий. Главным в производстве стал дизайн, применение сервисного обслуживания во время продажи изделий, проведение демонстрации и выставок изделий, хорошая реклама. Фирма пережила второе рождение.
Вопросы:
1. Какую рыночную стратегию применяли специалисты по маркетингу?
2. Охарактеризуйте цели и направления маркетинговых исследований, проведенных маркетологами швейного объединения?
3. На какие элементы комплекса маркетинга сделан акцент?

Задание 8.
Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:
- средняя себестоимость продукции компании А – 162 000 руб.;
- средняя себестоимость продукции компании Б – 105 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 270 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 192 000 руб.

Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А?

Задание 9.
Заполнить актив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО “Артель” за первое полугодие 2010 года и сделать выводы.

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
Актив						
1. Внеоборотные активы	85 000		87 000			

1.1 НМА	24 000		28 000			
1 .2 Основные средства	54 000		50 000			
1 .3 Долгосрочные фин.	7 00		9 000			
Вложения						
2. Оборотные активы	107 000		125 000			
2.1 Запасы, затраты, НДС по приобретенным ценностям	32 000		38 000			
2.2 Дебиторская	16 000		22 000			
задолженность						
2.3 Краткосрочные	12 000		15 000			
финансовые вложения						
2.4 Денежные средства	47 000		50 000			
3. Затраты в незавершенном производстве	14 000		15 000			
БАЛАНС	206 000		227 000			

Вариант 2

Задание 1**.** Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование колбасы	количество,(кг)	розничная цена, (руб.)
1	Докторская	125,7	248
2	Молочная	98,6	223
3	Русская	42,9	284
4	Сливочная	49,1	295
5	Телячья	126,3	320

Задание 2.Оформите товарно-транспортную накладную.
Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин Магнит.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Крупа гречневая ядрица	Кг	65	38,00
Крупа рис длиннозерный	Кг	80	23,50
Сахарный песок	Кг	245	26,00

Задание 3. Проанализировать затраты на 1 рубль товарной продукции

№	Показатели, тыс. руб.	План	Отчет
1	Полная себестоимость товарной продукции	5 400	5 300
2	Себестоимость товарной продукции в оптовых ценах	4 863	3 882

Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Задание 5.
В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействованы 3200 магазинов. Из них 254 магазина принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

- Запас товара на складах 254 магазинов составлял на 1 сентября 6788 ед., а на 1 ноября – 6432 ед.
- В сентябре эти магазины закупили 22 577, а в октябре – 20 900 ед. товара.

Необходимо рассчитать суммарную продажу данного товара за период сентябрь – октябрь во всех магазинах, используя индекс Нильсона.
Предложите средства для стимулирования сбыта.
Какой спрос на товары характерен для ремаркетинга?

Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,

Задание 7.
Исходные данные:
Фирма «Смак» производит продукты питания. Из опыта работы фирма сделала вывод, что может улучшить результат своей предпринимательской деятельности, если создаст собственное производство продуктов питания из картофеля и выйдет с этим продуктом на внешний рынок.
Задание:
1. Какой тип маркетинговых исследований будет наиболее уместным в данной ситуации?
2. Какая маркетинговая информация потребуется высшему руководству фирмы «Смак»?
3. Определите стратегию сбыта, средства сбыта и торговых посредников для фирмы «Смак».
4. Какие методы стимулирования продажи товаров можно использовать в этой ситуации?

Задание 8.
Оцените конкурентоспособность Товара А, рассчитав интегральный показатель конкурентоспособности. Что можно сказать о конкурентоспособности товара А.

Технические показатели	1,2
Потребительские показатели	0,6
Ценовые показатели	0,95

Задание 9. Заполнить пассив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО “Артель” за первое полугодие 2010 года сделать выводы об изменении структуры пассива баланса.

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
Пассив						
4. Капитал и резервы	108 000		111 000			
4.1 Уставный капитал	38 000		46 000			
4.2 Добавочный капитал	12 000		12 000			
4.3 Резервный капитал	18 000		20 000			
4.4 Нераспределенная прибыль	33 000		28 000			
4.5 Доходы будущих периодов	7 000		5 000			
5. Долгосрочные пассивы	6 000		4 000			
6. Краткосрочные пассивы	3 000		3 000			
6.1 Заемные средства	1 000		1 800			
6.2 Кредиторская	2 000		1 200			
задолженность						
БАЛАНС	117 000		118 000			

Вариант 3

Задание 1.Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование рыбы с/м	количество, (кг)	розничная цена, (руб.)
1	Хек	85,7	130
2	Горбуша	98,4	85
3	Семга	56,7	526
4	Минтай	84,6	110
5	Карп	76,3	220

Задание 2.Оформите счет-фактуру.
Продавец - Сормовская кондитерская фабрика, покупатель – магазин Карусель.

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Конфеты Ромашка	кг	220	250,00
Конфеты Мишка косолапый	кг	150	280,00
Конфеты Трюфель	кг	86	420,00
Шоколад Аленка 0,1	шт	340	23,00

Задание 3. Проанализировать влияние факторов на изменение уровня рентабельности. Определить:
- валовую прибыль и прибыль от продажи товаров;
- рентабельность продаж за отчетный и прошлый период;

№	Показатели	Прошлый период	Отчетный период
1	Выручка от продажи товаров	1 518 520	1 041 232
2	Себестоимость проданных товаров	130 129	904 690
3	Валовая прибыль		
4	Коммерческие расходы	955	1 123
5	Управленческие расходы	22 473	18 863
6	Прибыль от продажи товаров		

Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Задание 5.
По оценке специалистов, сегодня средний потребитель майонеза в России потребляет примерно 2,3 кг майонеза в год, что намного превышает аналогичный показатель в европейских странах. Россия – второй по величине рынок майонеза после США, на нее приходит 14% мирового рынка. По оценкам компании «Русагро», в России майонез потребляют 95% населения. На основании этих данных определить размер российского и мирового рынков майонеза на период анализа.
Предложите средства для стимулирования сбыта.
Какой спрос на товары характерен для поддерживающего маркетинга?

Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,

Задание 7.
Исходные данные:
Энский молочный комбинат имеет основных конкурентов – молочные заводы Московской области, Ставропольского края, Краснодарского края. Отдел маркетинга молочного комбината начал свою рекламную деятельность в 2000 году с рекламным агентом «Фаворит». Реклама разрешалась в специальных изданиях, нацеленных на оптовиков и регионы. Объемы продаж увеличились на 15-25 %. В 2001 году молочный комбинат сменил рекламное агентство, которое полностью изменило рекламную компанию. Были разработаны новый фирменный стиль для документации, новая одежда для сотрудников, изменился фирменный знак, дизайн упаковки. Серия молочных продуктов получила название: «Иван Поддубный», а рекламный слоган стал звучать так: «Если это пил Иван, значит, можно пить и Вам».
Задание:
1. Маркетинговые исследования каких факторов маркетинговой среды были проведены отделом маркетинга молочного комбината?
2. Какие средства продвижения использует молочный комбинат?

Задание 8.
Компания – производитель фотоаппаратов хочет оценить конкурентоспособность свой модели марки А. В качестве образца она берет модель компании – конкурента. Далее компания выбирает ряд показателей, характеризующих конкурентоспособность модели, а затем формирует индексы (относительные значения) каждого показателя. Результат такого исследования приведен ниже.
Частные показатели:
- эффективное расширение матрицы – индекс 0,9;
- максимальное разрешение – 0,8;
- оптическое увеличение – 1,0;
- диагональ ЖК-дисплея – 0,7;
- объем карты памяти – 0,6;

- эстетика оформления – 0,3;
- гарантийный срок – 0,5;
- цена покупки – 0,8;
- эксплуатационные расходы – 0,4.

Что означают показатели «расширения матрицы и объем карты памяти»?
По каким критериям можно сгруппировать интегральный показатель?
Проведите расчет для технической группы показателей.

Задание 9. На основании данных актива аналитического баланса - нетто дайте оценку структуре имущества организации.

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение в абсолютной величине	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
1 Основные средства и прочие внеоборотные активы	56000	60000			
2 Запасы и затраты	12 000	14000			
3 Денежные средства, расчеты и прочие активы	25 000	22 000			
3.1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	15 000	12000			
3.2 Дебиторская задолженность	3 000	5 500			
3.3 Прочие оборотные активы	7 000	4 500			
Баланс	93 000	96000			

Вариант 4

Задание 1.Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

№	наименование конфет	Количество, (кг)	розничная цена, (руб.)
1	Красная шапочка	120	350
2	Ромашка	198	250
3	Белочка	412	330
4	Сливочные	49	220
5	Теремок	116	320

Задание 2. Оформите товарно-транспортную накладную.
Грузоотправитель – оптовая база, грузополучатель – магазин «Овощи»

Наименование товара	Ед. изм.	Кол-во	Цена
Морковь ст.	кг	265,5	35,00
Картофель ст.	кг	680,9	13,50
Капуста св.	кг	245,2	16,00

Задание 3. Проанализировать состав, движение и состояние основных средств

№	Показатели, тыс. руб.	Сумма на начало года	За отчетный год		Сумма на конец года
			введено	выбыло	
1	Основные средства	38 000	7500	2 800	
2	Износ основных средств	4 000	-	-	4 500

Задание 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения»

Задание 5.
В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействовано 5000 магазинов. Из них 200 магазинов принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

- запас некоторого товара на складах этих 200 магазинов составлял на 1 января 9362 ед., а на 1 апреля 8522е ед.;
- в январе эти магазины закупили 24 800 единиц товара, в феврале – 20 960, а в марте – 25 000 ед. товара.

Рассчитайте суммарную продажу этого товара за период сентябрь – октябрь во всех магазинах, реализующих продукцию отрасли, используя индекс Нильсона.
Предложите средства для стимулирования сбыта.
Какой спрос на товары характерен для демаркетинга?

Задание 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании»,

Задание 7.
Исходные данные:
Кондитерская фабрика «Мир» в течении одного года полностью перестроила свой производственный цикл, установив современное оборудование и применяя современную технологию. За этот период фабрика утратила рынок сбыта, на котором обосновались иностранные предприятия. Разрабатывая маркетинговую программу, маркетологи решили обратить особое внимание на восстановление прежнего имиджа и торговой марки фабрики. Новые технологии позволяют кондитерской фабрике расширить ассортимент выпускаемой продукции.
Задание:

1. Какой тип маркетинговых исследований был применен маркетологами фабрики?
2. Предложите маркетинговые мероприятия, которые необходимо провести фабрике.
3. Какие мероприятия по формированию общественного мнения необходимы?

Задание 8.
Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:

- средняя себестоимость продукции компании А – 185 000 руб.;
- средняя себестоимость продукции компании Б – 110 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 290 000 руб.;
- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 202 000 руб.

Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А?

Задание 9. На основании данных пассива аналитического баланса нетто дать оценку структуре источников средств организации.

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение в абсолютной величине	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
3 Источники собственных средств	65 000	70 000			
4 Кредиты банков и займы	25 000	30 000			
4.1 Долгосрочные кредиты банков и займы	15 000	20 000			
4.2 Краткосрочные кредиты банков и займы	10 000	10 000			
5 Кредиторская задолженность и прочие пассивы	18 000	22 000			
5.1 Кредиторская задолженность	13 000	16 000			
5.2 Прочие краткосрочные обязательства	6 000	6 000			

Баланс	108 000	122 000			

4.3. Эталоны ответов.

1 вариант.

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 45 960,7 руб.

1) Швейцарский = 35,7 х 268 =9567,6 руб
2) Сливочный = 28,4 х 253 = 7185,2 руб
3) Сметанковый = 56,9 х 264 = 15021,6 руб
4) Голландский = 34,1 х 275 = 9377,5 руб
5) Король Артур = 16,3 х 290 = 4808,5 руб
6) Общая сумма инвентаризационной ведомости
   9567,6 + 7185,2 +15021,6 + 9377,5 +4808,5 = 45 960,7 руб.

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

1) Колбаса Докторская = 120,6 х 320,00 = 38 592 руб.
2) Колбаса Молочная = 3550,7 х 310,00 = 108 717 руб.
3) Мясо птицы охлажденное = 286,1 х 155,50 = 44 488,55 руб.
4) Майонез Провансаль 0,2 = 40 х 23,50 = 940 руб.

Общая сумма: 38 592 + 1 088 717 + 44 488,55 + 940 = 192 737, 55 руб.

Задание № 3

Показатель	Сумма, тыс. руб.		отклонение	Темп роста	Темп прироста
	Прошлый период	Отчетный период			
Прибыль от продаж	41 550	45 372	3 822	109,20	9,20
Проценты к получению	6	8	2	133,33	33,33
Проценты к уплате	3 300	3 200	-100	96,97	-3,03
Прочие доходы	1 640	2 120	480	129,27	29,27
Прибыль до налогообложения	39 896	44 300	4 404	111,04	11,04
Налог на прибыль	5 906	6 830	924	115,65	15,65
Чистая прибыль	33 990	37 470	3 480	110,24	10,24

Задание № 4

Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения».

Задание № 5

Решение:

- Определяем количество потенциальных пользователей.

145х 0,9= 130,5 млн.

- Определяем количество ситуаций использования средства для полоскания полости рта в год.

$130,5x10^6x2x365$= 95млр раз в год

- Определяем потенциальный спрос

95х25/250 = 9,5 млрд флаконов в год.

1) Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
2) Скрытый спрос.

Задание № 6

Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».

Задание №7.

1) Основные маркетинговые исследования маркетологами швейного объединения были направленны на изучение товара, которые включают:

– его новизну;
– конкурентоспособность;
– соответствие ГОСТам;
– степень удовлетворенности потребностей покупателей.

2) Цели маркетинговых исследований в данном случае были аналитическими, т.е. выяснялись причины лежащие в отрицательной работе фабрики, поиск выхода из создавшегося положения.

3) Акцент в данной ситуации сделан на продукт, как как на один из составляющих комплекса маркетинга, который включает: дизайн, сервисное обслуживание, а так же продвижение: проведение демонстрации, выставок, рекламы.

Концепция совершенствования товара, т.к. производители направили свои усилия на повышение качества своего товара, несмотря на более высокие издержки, а следовательно и цены. В данном случае на лицо товарно - ориентированный вид маркетинга и стимулирующий тип маркетинга.

Задание 8.

1) Определяем относительную себестоимость продукта компании А = себестоимость продукции компании А / себестоимость аналогичного продукта компании Б:

162 000 / 105 000 = 1,5

2) Определяем показатель относительно приемлемой цены = приемлемая цена на продукт компании А / на приемлемую цену аналогичного продукта компании Б:

270 000/ 192 000 = 1,4

3) Вставить схему. (стр 34 Лукина.)

Данное расположение товара означает - товары обладают высокой рыночной силой, но производятся с более высокими издержками. Главное в этой ситуации - чтобы цена покрывала более высокие, чем у конкурента издержки.

Задание № 9

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение	Темп роста, %
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
Актив						
1. Внеоборотные активы	85 000	41,26	87 000	38,33	2 000	102,35
1.1 НМА	24 000	11,65	28 000	12,33	4 000	116,67
1 .2 Основные средства	54 000	26,21	50 000	22,03	-4 000	92,59
1 .3 Долгосрочные фин.вложения	7 000	3,40	9 000	3,96	2 000	128,57
2. Оборотные активы	107 000	51,94	125 000	55,07	18 000	116,82
2.1 Запасы, затраты, НДС по	32 000	15,53	38 000	16,74	6 000	118,75
2.2 Дебиторская задолженность	16 000	7,77	22 000	9,69	6 000	137,50
2.3 Краткосрочные финансовые вложения	12 000	5,83	15 000	6,61	3 000	125,00
2.4 Денежные средства	47 000	22,82	50 000	22,03	3 000	106,38
3. Затраты в незавершенном	14 000	6,80	15 000	6,61	1 000	107,14
БАЛАНС	206 000	100,00	227 000	100,00	21 000	110,19

2 вариант.

Задание № 1
Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 120 245,5 руб.
1) Докторская = 125,7 х 248 =31 173,6 руб.
2) Молочная = 98,6 х 223 = 21 987,8 руб.
3) Русская = 42,9 х 284 = 12 183,6 руб.
4) Сливочная = 49,1 х 295 = 14 484,5 руб.
5) Телячья = 126,3 х 320 = 40 416 руб.
6) Общая сумма инвентаризационной ведомости
31173,6 + 21987,8 + 12183,6 + 14484,5 +40416 = 120 245,5 руб.

Задание № 2
Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет товарно-транспортную накладную.
Ответы по строчкам:
1) Крупа гречневая ядрица = 65 х 38, 00 = 2 470 руб.
2) Крупа рис длиннозерный = 80 х 23,50 = 1 880 руб.
3) Сахарный песок = 245 х 26,00 = 6 370 руб.
Общая сумма: 2470 + 1880 + 6370 = 10 720 руб.

Задание № 3
Затраты на 1 руб. ТП (пл) = 5400/4863 = 1,1104 р/р или 111,04 коп/руб.
Затраты на 1 руб. ТП (факт) = 5300/3882 = 1,3653 или 136,53 коп/руб.
Δ Затраты на 1 руб. ТП = 136,53 – 111,04 = 25,49 коп/руб.
Или в % 25,49/111,04 * 100 = 22,96%
Причины отклонений:
1. Увеличилась себестоимость товарной продукции;
2. Возможно снизились цены на товарную продукцию;
3. Изменилась структура производства в сторону менее рентабельной продукции.

Задание № 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения».

Задание № 5
Решение. Продажи товаров за период сентябрь – октябрь в 254 магазинах будут =

Запас товара на начало периода выборки	+	закупки товара магазинами за исследуемый период	–	запас товара в магазинах выборки на конец периода	=
6788	**+**	**22 577 + 20 900**	**-**	**6432**	**= 43833**

1. Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
2. Падающий спрос.

Задание № 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».

Задание №7.
1. Тип маркетинговых исследований – рыночный, т.к. производитель хочет сориентироваться относительно рынков, на которых он может реализовывать свою продукцию, а так же изучить факторы, воздействующие на данные рынки.
2. Высшему руководству потребуется как вторичная так и первичная информация, хотя это длительное и дорогостоящее дело, требующие труда опытных специалистов. Но без ее учета невозможно принять обоснованные решения. Информация должна быть: полной, надежной, достоверной, актуальной, иметь целевую направленность.
3. В данном случае имеет место интенсивное распределение. При такой стратегии производитель стремиться обеспечить наличие своих товаров в максимально большом количестве любых торговых точек, чтобы обеспечить максимальных охват рынка.
При сбыте можно использовать каналы всех уровней: нулевого, одноуровневого, двухуровневого и т.д. В качестве посредников можно воспользоваться услугами дилера, дистрибьютора, агента, брокера, комиссионера.
4. Основные методы стимулирования: ведение рекламных кампаний, мерчандайзинг, паблик рилейшенз.

Задание № 8.
1) Такая группировка показывает что по техническим показателям товар А превосходит конкурента на 20 %, но по потребительским - составляют только 60 % а ценовым – 95 %
2) Теперь можно рассчитать интегральный показатель конкурентоспособности товара: (1,2 + 0,6 + 0,95) / 3 = 0,92

На основании этого можно сделать вывод, что товар соответствует товару конкурента на 92%. Наиболее низкий уровень получен по потребительским параметрам.

Задание № 9

Показатели	На начало отчетного периода		На конец отчетного периода		Изменение, тыс. руб.	Темп роста,%
	тыс. руб.	%к итогу	тыс. руб.	%к итогу		
Пассив						
4. Капитал и резервы	108 000	92,31	111 000	94,07	3 000	102,78
4.1 Уставный капитал	38 000	32,48	46 000	38,98	8 000	121,05
4.2 Добавочный капитал	12 000	10,26	12 000	10,17	0	100,00
4.3 Резервный капитал	18 000	15,38	20 000	16,95	2 000	111,11
4.4 Нераспределенная прибыль	33 000	28,21	28 000	0,00	-5 000	84,85
4.5 Доходы будущих периодов	7 000	5,98	5 000	4,24	-2 000	71,43
5. Долгосрочные пассивы	6 000	5,13	4 000	3,39	-2 000	66,67
6. Краткосрочные пассивы	3 000	2,56	3 000	2,54	0	100,00
6.1 Заемные средства	1 000	0,85	1 800	1,53	800	180,00
6.2 Кредиторская задолженность	2 000	1,71	1 200	1,02	-800	60,00
БАЛАНС	117 000	100,00	118 000	100,00	1 000	100,85

3 вариант.

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 75 421,2 руб.

1) Хек = 85,7 х 130 =11 141 руб.
2) Горбуша = 98, 4 х 85 = 8 364 руб.
3) Семга = 56,7 х 526 = 29 824,2 руб.
4) Минтай = 84,6 х 110 = 9 306 руб.
5) Карп = 76,3 х 220 = 16 786 руб.
6) Общая сумма инвентаризационной ведомости:

11 141 + 8 364 + 29 824, 2 + 9 306 + 16 786 = 75 421,2 руб.

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

1) Конфеты Ромашка = 220 х 250, 00 = 55 000 руб.
2) Конфеты Мишка косолапый = 150 х 280,00 = 42 000 руб.

3) Конфеты Трюфель = 86 х 420,00 = 36 120 руб.
4) Шоколад Аленка 0,1 = 340 х 23,00 = 7 820 руб.
Общая сумма: 55 000 + 42 000 + 36 120 + 7 820 = 140 940 руб.
Задание № 3

№	Показатели	Прошлый период	Отчетный период
1	Выручка от продажи товаров	1 518 520	1 041 232
2	Себестоимость проданных товаров	130 129	904 690
3	Валовая прибыль	1 388 391	136 542
4	Коммерческие расходы	955	1 123
5	Управленческие расходы	22 473	18 863
6	Прибыль от продажи товаров	1 364 963	116 556

Рентабельность продаж (прошлый период) = 89,89 %

Рентабельность продаж (отчетный период) = 11,19%

Δ Рентабельность продаж = 11,19 – 89,89 = - 78,7%
Задание № 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения».
Задание № 5
Решение
- Определяем количество потенциальных пользователей.

145 х 0,95 = 137,75 млн.
- Определяем реальный спрос на майонез в России.

137,75 х 2,3 = 316 825 000 кг = 316 825 т.
- Определяем мировой рынок майонеза.

316 825 т х 100% / 14 % = 2 263 036 т.
1) Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
2) Стабильный спрос.
Задание № 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».
Задание №7.
1. Отделом маркетинга молочного комбината были проведены маркетинговые исследования внутренней среды предприятия. В следствии чего были изменены: фирменный стиль для документов, новая одежда сотрудников, фирменный знак, дизайн упаковки, т.е. была исследована производственная среда молочного комбината и конкуренты.
2. Средства продвижения, используемые молочным комбинатом: стимулирование спроса, реклама, пропаганда, стимулирование сбыта.
Задание № 8.
1) Показатель расширения матрицы означает, что оцениваемый товар на 90 % соответствует уровню товару конкурента.
2) Интегральный показатель можно рассчитать по следующим группам: технические, потребительски, ценовые. Он рассчитывается как среднее арифметическое вошедших в него показателей.
3) Показатели технической группы:
- Технические – 0,8
- Потребительские – 0,4
- Ценовые – 0,6

4) Такая группировка показывает, что по техническим показателям товар соответствует товару конкурента на 80%, но по потребительским - составляют только 40 % а ценовым – 60 %
Теперь можно рассчитать интегральный показатель конкурентоспособности товара: (0,8 + 0,4 + 0,6) / 3 = 0,6
На основании этого можно сделать вывод, что товар соответствует товару конкурента на 60%. Наиболее низкий уровень получен по потребительским параметрам.
Задание № 9

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
1 Основные средства и прочие внеоборотные активы	56000	60000	4000	107,14	7,14
2 Запасы и затраты	12 000	14000	2000	116,67	16,67
3 Денежные средства, расчеты и прочие активы	25 000	22 000	-3000	88,00	-12,00
3.1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	15 000	12000	-3000	80,00	-20,00
3.2 Дебиторская задолженность	3 000	5 500	2500	183,33	83,33
3.3 Прочие оборотные активы	7 000	4 500	-2500	64,29	-35,71
Баланс	93 000	96000	3000	103,23	3,23

4 вариант.

Задание № 1
Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 275 360 руб.
1) Красная шапочка = 120 х 350 =42 000 руб.
2) Ромашка = 198 х 250 = 49 500 руб.
3) Белочка = 412 х 330 = 135 960 руб.
4) Сливочные = 49 х 220 = 10 780 руб.
5) Теремок = 126 х 320 = 37 120 руб.
6) Общая сумма инвентаризационной ведомости:
42 000+ 49 500 + 135 960 + 10 780 + 37 120 = 275 360 руб.
Задание № 2
Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет товарно-транспортную накладную.

Ответы по строчкам:
1) Морковь ст. = 265,5 х 35, 00 = 9 292,5 руб.
2) Картофель ст. = 680,9 х 13,50 = 9 192,15 руб.
3) Капуста св. = 245,2 х 16,00 = 3 923, 2 руб.
Общая сумма: 9 292, 5 + 9 192, 15 + 3 923, 2 = 22 407, 85 руб.
Задание № 3
Стоимость основных средств на конец года = 38000+7500-2800=42 700 тыс. руб.
Δ ОС = 42 700 – 38 000 = 4700 тыс. руб.
Или в %: 4700/38000 = 12,37%
Коэффициент обновления = 7500/42700 * 100 = 17,56%
Коэффициент выбытия = 2 800 / 38 000 * 100 = 7,37%
Коэффициент износа (нач.) = 4 000 / 38 000 * 100 = 10,53%
Коэффициент износа (конец) = 4 500 / 42 700 * 100 = 10,54%
Вывод: коэффициент износа на конец года повысился, значит техническое состояние основных средств ухудшилось, повысилась степень их изношенности. Но если учесть, что коэффициент обновления больше коэффициента выбытия и эта тенденция сохранится, то состояние основных средств будет улучшаться.

Задание № 4. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 14 «Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения».
Задание № 5
Решение. Продажи товаров за период январь– март в 254 магазинах будут =

Запас товара на начало периода выборки	+	закупки товара магазинами за исследуемый период	–	запас товара в магазинах выборки на конец периода	=
9362	**+**	**20 800 + 20 960 + 25 000**	**-**	**8522**	**= 71 600**

1) Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
2) Избыточный спрос.

Задание № 6. Обучающийся представляет экзаменатору практическую работу № 12 «Организация рекламной компании».
Задание № 7
1) Все типы маркетинговых исследований:
– конъюнктурные;
– маркетинговые;
– рыночные.
2) Необходимо провести:
– бенчмаркетинг – изучение опыта успешной деятельности конкурентов;
– изучить ценовую политику на рынке;
– изучить конкурентов, покупателей и их покупательскую способность.
3) Мероприятия по стимулированию сбыта: реклама, личные продажи, презентации, пресс-конференции, симпозиумы, публичные выступления, спонсорство.

Задание № 8
1) Определяем относительную себестоимость продукта компании А = себестоимость продукции компании А / себестоимость аналогичного продукта компании Б:
185 000/ 110 000 = 1,6
2) Определяем показатель относительно приемлемой цены = приемлемая цена на продукт компании А / на приемлемую цену аналогичного продукта компании Б:
290 000/ 202 000 = 1,4
3) Вставить схему. (стр 34 Лукина.)
Данное расположение товара означает - товары обладают высокой рыночной силой, но производятся с более высокими издержками. Главное в этой ситуации - чтобы цена покрывала более высокие, чем у конкурента издержки.
Задание № 9

Наименование статей актива	Сумма, тыс. руб.		Отклонение	темпы, %	
	на начало периода	на конец периода		роста	прироста
3 Источники собственных средств	65 000	70 000	5 000	107,69	7,69
4.1 Долгосрочные кредиты банков и займы	15 000	20 000	5 000	133,33	33,33
4.2 Краткосрочные кредиты банков и займы	10 000	10 000	0	100,00	0,00
5 Кредиторская задолженность и прочие пассивы	18 000	22 000	4 000	122,22	22,22
5.1 Кредиторская задолженность	13 000	16 000	3 000	123,08	23,08
5.2 Прочие краткосрочные обязательства	6 000	6 000	0	100,00	0,00