

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФАЭС ВО «Самарский государственный экономический

университет»

Дата подписания: 02.08.2023 16:49:46

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b41fdeb8e0d

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

Факультет среднего профессионального и предпрофессионального образования

Кафедра факультета среднего профессионального и предпрофессионального образования

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета
(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация (степень) выпускника менеджер по продажам

Самара 2023

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА В ОТНОШЕНИИ ЛИЦ ИЗ ЧИСЛА ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**
- 4. ФОРМЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ТЕМАМ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА**
- 5. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**
- 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

1.1.1. Перечень общих компетенций:

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

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

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	оформления финансовых документов и отчетов; проведения денежных расчетов; расчета основных налогов; анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; выявления потребностей (спроса) на товары; реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; анализа маркетинговой среды организации
Уметь	составлять финансовые документы и отчеты; осуществлять денежные расчеты; пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения; рассчитывать основные налоги; анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; применять методы и приемы финансово-хозяйственной

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

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

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

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

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

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

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

МДК.02.03. Маркетинг (4,5 семестр)

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

самостоятельной работы обучающегося – 24 часа.
5 (семестр)
общей учебной нагрузки обучающегося - 148 часа;
аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 86 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 62 часа
промежуточная аттестация – экзамен.

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

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

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

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

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

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

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

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

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

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

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

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

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

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

<ol style="list-style-type: none"> 8. Характеристика сегментов потребителей по критериям; уровень дохода; размеру покупок; частоте покупок; гендерному признаку; возрасту и т.д. 9. Оценка конкурентных преимуществ предприятия. 10. Изучение маркетинговой политики предприятия: анализ сбытовой политикой и каналов распределения; характеристика стратегий ценообразования на различные группы товаров/услуги; изучение мероприятий по стимулированию персонала; анализ мероприятий по стимулированию потребителей. 11. Анализ номенклатуры товаров предприятия 12. Изучение маркетинговых коммуникаций и обоснование целесообразности выбора и их применения: характеристика и участие в личных продажах; изучение директ-маркетинга; анализ стимулирования сбыта (участие в проведении выставок –продаж, дегустации или демонстрации товаров); PR; реклама (планирование проведения рекламных акций на предприятии, краткая их характеристика и прогнозируемый рост выручки). 13. Разработка мероприятий по стимулированию продаж. 	
Всего	516

3. Особенности реализации междисциплинарного курса в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных обучающихся, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала.

Подбор и разработка учебных материалов должны производиться с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Выбор средств и методов обучения осуществляется самим преподавателем. При этом в образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, необходимо иметь в виду, что:

инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь.

инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом экзамена может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

продолжительность сдачи экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организация обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

4. Формы самостоятельной работы обучающихся по темам междисциплинарного курса

4.1. Вопросы для самостоятельной работы

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)/ Самостоятельная учебная работа обучающихся	Формируемые компетенции
1	2
Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
1. Работа с конспектами, учебной и специальной	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
2. Работа с интернет-ресурсами (http://www.consultant.ru/).	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
3. Изучение истории развития финансов в России	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
4. Изучение порядка функционирования налоговых органов	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
5. Изучение международных стандартов и нормативов регулирования налогообложения	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
6. Ознакомление со спецификой деятельности банков и бирж в России и мире	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
1. Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой. Написание докладов.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
2. Работа с интернет-ресурсами (http://www.consultant.ru/)	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
3. Особенности анализа на основании бухгалтерского и управленческого учета	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
4. Особенности использования и перспективы развития информационных технологий в анализе.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
5. Методы учета влияния инфляции в экономическом анализе.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9

МДК.02.03 Организация маркетинговой деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
1. Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой. Написание докладов.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
2. Работа с интернет-ресурсами (http://www.consultant.ru/)	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
3. Работа по определению уровня «лояльности и вовлеченности клиентов».	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
4. Работа с автоматизированными системами сбора и обработки данных	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
5. Проведение анкетирования	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
6. Правила сбора информации для маркетинговых исследований	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
7. Техники и способы, используемые для сегментации клиентов.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
МДК.02.03 Маркетинг	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
8. Работа с конспектами, учебной и специальной экономической литературой. Написание докладов.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
9. Работа с интернет-ресурсами (http://www.consultant.ru/)	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
10. Новые перспективные направления в осуществлении маркетинговой деятельности.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
11. Правила сбора информации для маркетинговых исследований	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
12. Техники и способы, используемые для сегментации клиентов.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
13. Автоматизированные системы CRM для осуществления маркетинговой деятельности.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
14. Организация рекламной деятельности для продвижения товаров и услуг, оценка ее эффективности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
15. Организация и проведение маркетинговых исследований	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

	2.8
16. Роль опросных и анкетных данных клиентов для осуществления маркетинговой деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

Примерная тематика докладов

Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения

МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9.

- 1) История возникновения и развития налогообложения.
- 2) Налоги как экономическая и правовая категория.
- 3) Налоговые теории.
- 4) Место налогов в системе экономических отношений государства.
- 5) Налоги в зарубежных странах.
- 6) Налоговая система РФ
- 7) Налоговая политика государства и перспективы ее развития.
- 8) Налоговая система РФ и пути ее совершенствования.
- 9) Этапы развития налоговой системы РФ.
- 10) Налоговый кодекс - правовая основа налоговой системы.
- 11) Система налогов и сборов в РФ.
- 12) Налоговые нарушения и ответственность за их совершение.
- 13) Организация налогового контроля в РФ.
- 14) Налогообложение малого бизнеса: особенности и перспективы.
- 15) Косвенное налогообложение в РФ и перспективы его развития.
- 16) Имущественное налогообложение в РФ и перспективы его развития.
- 17) Налоговый мониторинг как одна из форм налогового контроля.
- 18) Принципы организации, задачи ФНС РФ.
- 19) Состав и структура налоговых органов.
- 20) Модели налоговой политики государства.
- 21) Распределение налоговых поступлений между бюджетами различных уровней.
- 22) Система налогового законодательства РФ.
- 23) Налоговое регулирование развития экономики.
- 24) Сущность и значение налоговых льгот.
- 25) Место и роль региональных и местных налогов в налоговой системе государства.
- 26) Экономическая сущность и характерные признаки финансов
- 27) Функции финансов: распределительная и контрольная
- 28) Понятие финансового механизма. Финансовый механизм на макро- и микроуровнях, их элементы
- 29) Понятие финансовой системы, ее сферы и звенья
- 30) Понятие финансов коммерческих организаций, основные принципы их организации
- 31) Виды финансовых отношений коммерческой организации
- 32) Финансовые ресурсы коммерческой организации: структура, источники формирования
- 33) Экономическое содержание и значение государственных и муниципальных финансов

- 34) Бюджет как основная форма образования и использования государственных и муниципальных финансовых ресурсов.
- 35) Функции бюджета
- 36) Бюджетная система РФ
- 37) Доходы и расходы бюджета
- 38) Дефицит бюджета и источники его покрытия

Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности

МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 7, ОК 12, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.8

- 39) История возникновения и развития анализа финансово-хозяйственной деятельности в России и за рубежом.
- 40) Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности: содержание, цели, методы.
- 41) Технология проведения экономического анализа на основании бухгалтерского и управленческого учета.
- 42) Финансовое обеспечение коммерческой деятельности предприятий на рынке товаров и услуг.
- 43) Организация и развитие экономической деятельности предприятий на рынке товаров и услуг.
- 44) Планирование и прогнозирование в экономическом анализе
- 45) Организационные аспекты проведения экономического анализа.
- 46) Анализ, как элемент управления на предприятии с целью повышения эффективности коммерческой деятельности.
- 47) Организация и управление процессами на основе результатов экономического анализа.
- 48) Сравнительная характеристика экономической деятельности разных форм предприятий в рыночных условиях.
- 49) Инвестиции и прибыль как источник развития материально-технологической оснащенности коммерческих предприятий.
- 50) Основы теории экономического анализа
- 51) Сущность, задачи и содержание экономического анализа, его роль в системе управления предприятием
- 52) Экономический анализ в системе экономических наук
- 53) Предмет, метод и методика экономического анализа.
- 54) Информационное обеспечение экономического анализа
- 55) Виды экономического анализа и их роль в управлении хозяйственной деятельностью
- 56) Система комплексного экономического анализа и поиска резервов повышения эффективности бизнеса
- 57) Финансовый анализ по данным бухгалтерской отчетности
- 58) Финансовый анализ деятельности организации: методы финансового анализа
- 59) Анализ финансовых результатов.
- 60) Анализ финансового состояния.
- 61) Оценка вероятности банкротства.

Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга

МДК.02.03 Маркетинг

Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 7, ОК 10, ОК

12, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6.

- 62) Природа и сфера применения маркетинга.
- 63) Управление в маркетинге и современные технологии
- 64) Модели покупательского поведения на различных рынках.
- 65) Теория мотивации З.Фрейда.
- 66) Современная парадигма маркетинга
- 67) Основные метрики маркетинга
- 68) Концепции маркетинга и их применение
- 69) Характеристика функций маркетинга в рыночной экономике.
- 70) Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности
- 71) Применение методов сегментирования на различных типах рынков.

Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности МДК.02.03 Маркетинг

- 72) Проблемы стратегического партнерства покупателя и продавца.
- 73) Сервисное обслуживание в маркетинге.
- 74) Жизненный цикл продукта и стратегии маркетинга
- 75) Формирование рынка для нового продукта.
- 76) Стратегии ценообразования новых товаров.
- 77) Стратегии распределения и обеспечение доступности товаров
- 78) Роль дистрибьютора в маркетинговой стратегии предприятия.
- 79) Управление личными продажами и их роль в маркетинге
- 80) Контроль маркетинговой деятельности
- 81) Коммуникации с потребителями в цифровой среде
- 82) Маркетинговый аудит и стратегии роста компании
- 83) Планирование в маркетинге в условия цифровой экономики.
- 84) Организационное построение служб маркетинга
- 85) Управление конфликтами в рамках многоканального распределения
- 86) Особенности стимулирования сбыта товаров
- 87) Связи с общественностью и их роль в условиях цифровой экономики
- 88) Области маркетинговых решений на корпоративном уровне
- 89) Области принятия маркетинговых решений на функциональном уровне
- 90) Понятие и виды спроса для принятия маркетинговых решений
- 91) Области принятия инновационных решений по управлению товаром
- 92) Области принятия маркетинговых решений в сфере ценообразования
- 93) Области принятия маркетинговых решений в сфере распределения
- 94) Области принятия маркетинговых решений в сфере коммуникаций

5. Задания для практических занятий

По междисциплинарному курсу профессионального модуля предусмотрены практические занятия с использованием активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, разбора конкретных ситуаций, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) / лабораторные работы и/или практические занятия	Формируемые компетенции
1	2
Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Тема 1.1. Теоретические основы финансов	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
1. Практическое занятие «Определение понятийного аппарата финансов и финансовой деятельности».	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
2. Практическое занятие «Основные направления совершенствования финансового механизма».	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
3. Практическое занятие «Влияние на организацию финансов хозяйствующих субъектов отраслевых особенностей и организационно-правовых форм»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
4. Практическое занятие «Источники направления и использования финансовых ресурсов»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
5. Практическое занятие «Понятие финансовой устойчивости предприятия»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
6. Практическое занятие «Доходы и расходы бюджетов»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Тема 1.2. Сущность и основы налогообложения	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
1. Практическое занятие «Особенности определения налогооблагаемой базы различных предприятий»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
2. Практическое занятие «Расчет налогов к уплате различных систем налогообложения»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
3. Практическое занятие «Бюджеты всех уровней».	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
4. Практическое занятие «Пенсионное, страховое и социальное обеспечение»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Тема 1.3.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК

Государственное регулирование в сфере финансов и налогообложения	2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
1. Практическое занятие «Исследование содержания законодательства «Налоговый кодекс РФ», «Бюджетный кодекс РФ», ФЗ «О банках и банковской деятельности», «О государственном пенсионном обеспечении».	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
2. Практическое занятие «Анализ влияния уровня процентных ставок на финансовую устойчивость предприятия».	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Тема 2.1. Основные виды и способы экономического анализа	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
1. Практическое занятие «Системный анализ, маркетинговый, технико-экономический, финансовый, инвестиционный».	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
2. Практическое занятие «Экспресс-диагностика финансового состояния» цепочки».	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Тема 2.2. Основные методы и показатели в анализе финансово-хозяйственной деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
1. Практическое занятие «Анализ финансовых результатов деятельности коммерческих предприятий»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
2. Практическое занятие «Анализ использования основных фондов коммерческих предприятий»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
3. Практическое занятие «Анализ оборотных средств коммерческих предприятий»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
4. Практическое занятие «Анализ затрат коммерческих предприятий»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
5. Практическое занятие «Способы оценки экономической эффективности (эффекта) деятельности коммерческих предприятий»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Тема 2.3. Бухгалтерский и управленческий учет для анализа финансово-хозяйственной деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
1. Практическое занятие «Расчет показателей	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК

оборачиваемости»	2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
2.Практическое занятие «Анализ расходов и доходов»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
3.Практическое занятие «Анализ динамика выручки и темпов роста предприятия»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
4.Практическое занятие «Анализ рентабельности»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
5.Практическое занятие «Управление движением денежных средств на предприятии»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9
Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
МДК.02.03 Организация маркетинговой деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Тема 1. Сущность, содержание и принципы маркетинга	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие Анализ реализации концепций маркетинга в российской экономике	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Тема 2. Потребители как субъекты рынка	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие Факторы покупательского поведения и программы маркетинга	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие. Способы повышения вовлеченности покупателей в процесс покупки	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Тема 3. Маркетинговые исследования	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие. Проектирование маркетингового исследования рынка конкретного товара	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие. Метод фокус-групп в маркетинговых исследованиях	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Тема 1. Сегментация рынка	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие. Программа позиционирования продукта	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

	2.8
Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
МДК.02.03 Маркетинг	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Тема 1. Товарная политика	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие. «Анализ портфеля товаров методом Бостонской консалтинговой группы»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Тема 2. Ценовая политика	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие «Расчет цены методом затрат. Расчет точки безубыточности».	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Тема 3. Политика распределения	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практические занятия. «Проектирование процесса распределения товара»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практические занятия. «Обоснование конфигурации канала распределения.»	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Тема 4. Политика продвижения	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие. Планирование рекламных мероприятий	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8
Практическое занятие. Оценка эффективности продвижения.	ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

6.1. Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет финансов, налогов и налогообложения и кабинет маркетинга, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями; учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями; библиотека, читальный зал с выходом в интернет; помещение для хранения и

профилактического обслуживания учебного оборудования; актовый зал; помещение для самостоятельной работы, оснащенные в соответствии с ОПОП по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

Базы практики оснащены, в соответствии с ОПОП по специальности «Коммерция (по отраслям)».

6.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд Университета имеет электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе.

Основная литература

1.2.1. Электронные издания

1. Финансы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 491 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14782-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497489>

2. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. И. Гончаренко [и др.] ; ответственный редактор Л. И. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 524 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4244-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494567>

3. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04620-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452784>

4. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494289>

6.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
2. Электронная библиотечная система Юрайт Издательство Юрайт <https://biblionline.ru/>
3. Платформа «Библиокомплектатор» <http://www.bibliocomplectator.ru/>
4. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации <https://www.minfin.ru/>
5. Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации <https://www.nalog.ru/>
6. Официальный сайт Пенсионного фонда России <http://www.pfrf.ru/>
7. Официальный сайт Фонда социального страхования <http://fss.ru/>
8. Официальный сайт Фонда обязательного медицинского страхования <http://www.ffoms.ru/>

9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru/>

10. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)

11. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)

6.2.3. Дополнительные источники

1. Финансы : учебник для среднего профессионального образования / Н. Г. Иванова [и др.] ; под редакцией Н. Г. Ивановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 449 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15141-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496775>

2. Налоги и налогообложение. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Г. Черник [и др.] ; под редакцией Е. А. Кировой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 438 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11991-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489638>

3. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 135 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07836-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472700>

4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491625>

6.3 Обязательное программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельностью»

7.1. Паспорт фонда оценочных средств по профессиональному модулю

Фонд оценочных средств предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших междисциплинарные курсы профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельностью».

Фонд оценочных средств разработан в соответствии с требованиями ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» и рабочей программой ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельностью».

Фонд оценочных средств предназначен для оценки умений, знаний, практического опыта и освоенных компетенций, формируемых в результате изучения междисциплинарного курса профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельностью».

В результате освоения междисциплинарного курса профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельностью» обучающийся должен:

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

	<p>торговли, финансовых результатов деятельности; составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; методы изучения рынка, анализа окружающей среды; конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.</p>
--	---

7.2 Перечень контролирующих мероприятий для проведения текущего и промежуточного контроля

Перечень контролирующих мероприятий для проведения текущего контроля по междисциплинарным курсам ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельностью» представлен в таблице 1.

Таблица 1

Номер семестра	Текущий контроль				
	Тестирование	Опрос	Задачи, практические задания	Доклад	Формирование портфолио
4	+	+	+	+	
5	+	+	+	+	
6	+	+	+	+	

Перечень контролирующих мероприятий для проведения промежуточного контроля по междисциплинарным курсам ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельностью» представлен в таблице 2.

Таблица 2

Номер семестра	Промежуточная аттестация			
	Курсовая работа	Промежуточное тестирование	Диф. зачет	Экзамен
5				+
6				+

7.3 Результаты освоения междисциплинарных курсов, подлежащие оцениванию

Общие компетенции:

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки

<p>ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.</p>	<p>Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации экономической и маркетинговой деятельности, оценивание их эффективности и качества</p>	<p>Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, работ по учебной практике</p>
<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.</p>	<p>Эффективный поиск необходимой информации, использование различных источников получения информации, анализ и оценка информации на основе применения профессиональных технологий, использование информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для реализации профессиональной деятельности</p>	<p>Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, работ по учебной практике</p>
<p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.</p>	<p>Демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития на основе знаний по налогообложению, организации финансовой системы и анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия</p>	<p>Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, работ по учебной практике</p>
<p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и</p>	<p>Демонстрация стремления к сотрудничеству и коммуникабельность при взаимодействии с</p>	<p>Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических</p>

команде.	обучающимися и руководителями практики в ходе обучения	занятиях, работ по учебной практике
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Демонстрация навыков грамотно излагать свои мысли и оформлять документацию на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста	Оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, работ по учебной практике
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; составлять документацию, относящуюся к процессам профессиональной деятельности на государственном и иностранном языках	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практике

Профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать	Демонстрация навыков анализа бухгалтерской и финансовой отчетности, планирования экономической деятельности, составлять и корректировать документационное обеспечение инвентаризационной деятельности	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практикам

в их инвентаризации.		
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Демонстрация навыков грамотного составления, хранения и управления документооборотом с использованием автоматизированных систем	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практикам
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Демонстрация навыков применения экономических методов в анализе финансово-хозяйственной деятельности организация.	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практикам
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Демонстрация навыков расчета экономических показателей работы организации. Анализ цен и заработных плат	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практикам
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Демонстрация навыков определения вида анализа финансово-хозяйственной деятельности, соответствующий им тип маркетинга для решения задач сбыта товаров и стимулирования спроса.	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и

		производственной практикам
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Демонстрация навыков обоснования использования и применения маркетинговых коммуникаций, делового общения, построения отношений с потребителями.	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практикам
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Демонстрация навыков проведения маркетинговых исследований рынка, применения методов, средств и приемов реализации маркетинговых решений.	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практикам
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Владение методами и приемами анализа для управления реализацией, влиянием конъюнктуры рынка и коррекции в соответствии с полученными данными профессиональных задач Оценка показателей вариации и индексов для адаптации коммерческой деятельности с учетом конкурентных преимуществ.	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практикам
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные	Осуществлять экономический анализ коммерческой деятельности. Осуществлять денежные расчеты с покупателями, формировать платежные документы и финансовые	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при

расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	отчеты	выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практикам
---	--------	--

7.4 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Текущий контроль знаний представляет собой контроль освоения программного материала по междисциплинарным курсам, с целью своевременной коррекции обучения, активизации самостоятельной работы и проверки уровня знаний и умений обучающихся, сформированности компетенций:

Наименования разделов /МДК профессионального модуля	Типы контрольных заданий		
1	2		
Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	Вопросы к устному опросу	Тестирование, решение задач	доклад
Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	Вопросы к устному опросу	Тестирование, решение задач	Доклад
Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга МДК.02.03 Организация маркетинговой деятельности	Вопросы к устному опросу	Тестирование, практические задания	Доклад
Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности МДК.02.03 Маркетинг	Вопросы к устному опросу	Тестирование, практические задания	Доклад

Промежуточная аттестация по междисциплинарным курсам позволяет оценить степень выраженности (сформированности) компетенций:

Наименования разделов /МДК профессионального модуля	Типы контрольных заданий
---	--------------------------

<i>1</i>	<i>2</i>
Раздел 1. Основы экономической и маркетинговой деятельности МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	Вопросы к экзамену
Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	Вопросы к экзамену
Раздел 3. Основы маркетинговой деятельности МДК.02.03 Маркетинг	Вопросы к экзамену
Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности МДК.02.03 Маркетинг	Вопросы к экзамену

7.4.1. Комплект оценочных средств для текущего контроля

Текущий контроль знаний представляет собой контроль освоения программного материала междисциплинарного курса, с целью своевременной коррекции обучения, активизации самостоятельной работы и проверки уровня знаний и умений обучающихся, сформированности компетенций. Результаты текущего контроля заносятся в журналы учебных занятий.

Формы текущего контроля знаний:

- устный опрос;
- практические задачи;
- тестирование;
- написание докладов.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы.

Защита практических работ по типам контрольных заданий производится студентом в день их выполнения в соответствии с планом-графиком.

Преподаватель проверяет правильность выполнения практических работ студентом, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью контрольных вопросов или тестирования.

Вопросы для текущего контроля знаний (устный опрос)

Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения

МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9

1. Сущность и определение финансов
2. Бюджет РФ. Бюджетный кодекс.
3. Пенсионный Фонд РФ
4. Фонд социального страхования

5. Финансы организаций
6. Основы налогообложения
7. Функции и роль налогообложения в экономической системе общества
8. Налоговая система РФ: структура, состав, принципы построения
9. Система налогов и сборов в РФ
10. Субъекты налоговых отношений
11. Организация налоговой службы в РФ
12. Исполнение обязанности по уплате налогов
13. Налоговый контроль
14. Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение
15. Налоговая политика РФ

Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности

МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9.

16. Группировка как способ вуалирования картины об имущественном и финансовом положении фирмы.
17. Показатели эффективности бизнеса.
18. Анализ типа производства и его организации.
19. Экстенсивные и интенсивные факторы роста производства.
20. Комплексный анализ и разработка направлений укрепления финансовой базы предприятия.
21. Основы теории систем и системный анализ.
22. Классификация и принципы поиска резервов повышения эффективности деятельности предприятия.
23. Особенности управленческого анализа в торговле.
24. Система сбалансированных показателей и ее использование в экономическом анализе.
25. Современные методы обработки информации.
26. Классификация видов экономического анализа в зависимости от функций управления.
27. Техничко-экономический анализ, его значение и сущность.
28. Маркетинговый анализ, его значение и сущность.
29. Особенности и значение оперативного анализа.
30. Инвестиционный анализ, его значение и сущность.
31. Влияние учетной политики на показатели отчета о финансовых результатах.
32. Финансовый анализ по данным бухгалтерской отчетности
33. Экспресс-диагностика финансового состояния организации на соответствие тактическим (оперативным) целям бизнеса.
34. Раскрытие информации бухгалтерской отчетности для целей ее анализа.
35. Инфляционные процессы в экономике и их воздействие на результаты анализа.
36. Использование финансовых коэффициентов в анализе.
37. Анализ предпринимательского риска.
38. Особенности анализа финансовой отчетности в условиях применения компьютерных аналитических программ.
39. Международные и отечественные стандарты учета и отчетности
40. Особенности использования и перспективы развития информационных технологий в экономическом анализе и в процессе разработки и принятия управленческих решений.
41. Функции коммерческой деятельности: планирование закупок, поставок, продажи

товаров и предоставления услуг на предприятиях, их организация, учет и контроль и анализ

Раздел 3. Основы маркетинговой деятельности
МДК.02.03 Маркетинг
Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

42. Связь маркетинга с другими науками.
43. Эволюция маркетинга как управленческой концепции функционирования организаций.
44. Соотношение понятий менеджмента и маркетинга
45. Механизм использования SWOT-анализа для стратегического планирования.
46. Характеристика различных идеологических платформ маркетинг-менеджмента («дикий» маркетинг, социально-этический маркетинг, маркетинг взаимоотношений и т.д.).
47. Этические проблемы фирм и их разрешение в соответствии с концепцией социально-этического маркетинга.
48. Конкурентные типы рынков.
49. Влияние системного подхода на формирование теории маркетинга. Структура маркетинговой среды предприятия.
50. Характер влияния факторов макросреды на деятельность фирмы.
51. Характер влияния факторов микросреды на деятельность фирмы.
52. Критерии и методы сегментирования рынка. Правила выбора целевого рынка.

Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности
МДК.02.03 Маркетинг
Формируемые компетенции – Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

53. Сущность конкуренции в рамках маркетингового подхода. Модель конкуренции М.Портера.
54. Задачи маркетинга для различных видов спроса.
55. Особенности маркетинговой трактовки категории «рынок».
56. Стратегии развития фирмы.
57. Потребитель как носитель потребности.
58. Сущность и роль категории "потребность" в маркетинге.
59. Содержание классификаций(типологий) потребностей.
60. Теория мотивации З.Фрейда.
61. Понятие жизненного цикла продукта
62. Стратегии маркетинга на стадиях ЖЦТ
63. Понятие нового товара
64. Этапы и процедуры создания товара
65. Классификация товаров потребительского назначения
66. Управление ассортиментом товаров
67. Матрица БКГ и ее методические особенности
68. Ценовая политика в маркетинге.
69. Факторы, влияющие на установление цен
70. Методы ценообразования
71. Политика распределения в маркетинге.
72. Понятие каналов сбыта и их структура.
73. Планирование распределения
74. Покупательское поведение в модели процесса трансформации потребности в покупку.

75. Понятие интенсивности распределения и условия применения
76. Традиционные маркетинговые каналы и ВМС
77. Политика продвижения
78. Реклама и ее роль на рынке
79. Стимулирование сбыта и влияние на процесс продаж
80. Основные тенденции развития стимулирования сбыта.
81. Основные модели коммуникаций
82. Связи с общественностью и задачи управления
83. Выставки и ярмарки, их роль в продвижении
84. Оценка эффективности рекламы
85. Оценка эффективности коммуникаций
86. Личные продажи и их роль
87. Управление торговым персоналом
88. Особенности поведения потребителя после покупки.
89. Общая классификация моделей потребительского выбора.
90. Маркетинговая трактовка целей предприятия.
91. Концепции маркетинга и их применение

Примерная тематика докладов

Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения

МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9.

1. История возникновения и развития налогообложения.
2. Налоги как экономическая и правовая категория.
3. Налоговые теории.
4. Место налогов в системе экономических отношений государства.
5. Налоги в зарубежных странах.
6. Налоговая система РФ
7. Налоговая политика государства и перспективы ее развития.
8. Налоговая система РФ и пути ее совершенствования.
9. Этапы развития налоговой системы РФ.
10. Налоговый кодекс - правовая основа налоговой системы.
11. Система налогов и сборов в РФ.
12. Налоговые нарушения и ответственность за их совершение.
13. Организация налогового контроля в РФ.
14. Налогообложение малого бизнеса: особенности и перспективы.
15. Косвенное налогообложение в РФ и перспективы его развития.
16. Имущественное налогообложение в РФ и перспективы его развития.
17. Налоговый мониторинг как одна из форм налогового контроля.
18. Принципы организации, задачи ФНС РФ.
19. Состав и структура налоговых органов.
20. Модели налоговой политики государства.
21. Распределение налоговых поступлений между бюджетами различных уровней.
22. Система налогового законодательства РФ.
23. Налоговое регулирование развития экономики.
24. Сущность и значение налоговых льгот.
25. Место и роль региональных и местных налогов в налоговой системе государства.
26. Экономическая сущность и характерные признаки финансов
27. Функции финансов: распределительная и контрольная

28. Понятие финансового механизма. Финансовый механизм на макро- и микроуровнях, их элементы
29. Понятие финансовой системы, ее сферы и звенья
30. Понятие финансов коммерческих организаций, основные принципы их организации
31. Виды финансовых отношений коммерческой организации
32. Финансовые ресурсы коммерческой организации: структура, источники формирования
33. Экономическое содержание и значение государственных и муниципальных финансов
34. Бюджет как основная форма образования и использования государственных и муниципальных финансовых ресурсов.
35. Функции бюджета
36. Бюджетная система РФ
37. Доходы и расходы бюджета
38. Дефицит бюджета и источники его покрытия

Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности

МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9

39. Основы теории экономического анализа
40. Сущность, задачи и содержание экономического анализа, его роль в системе управления предприятием
41. Экономический анализ в системе экономических наук
42. Предмет, метод и методика экономического анализа.
43. Информационное обеспечение экономического анализа
44. Виды экономического анализа и их роль в управлении хозяйственной деятельностью
45. Система комплексного экономического анализа и поиска резервов повышения эффективности бизнеса
46. Финансовый анализ по данным бухгалтерской отчетности
47. Финансовый анализ деятельности организации: методы финансового анализа
48. Анализ финансовых результатов.
49. Анализ финансового состояния.
50. Оценка вероятности банкротства.

Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга

МДК.02.03 Маркетинг

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

51. Природа и сфера применения маркетинга.
52. Управление в маркетинге и современные технологии
53. Модели покупательского поведения на различных рынках.
54. Теория мотивации З.Фрейда.
55. Современная парадигма маркетинга
56. Основные метрики маркетинга
57. Концепции маркетинга и их применение
58. Характеристика функций маркетинга в рыночной экономике.

59. Особенности маркетинга в отраслях и сферах деятельности

Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности

МДК.02.03 Маркетинг

Формируемые компетенции – Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8.

60. Механизм использования SWOT-анализа для стратегического планирования.
61. Проблемы стратегического партнерства покупателя и продавца.
62. Сервисное обслуживание в маркетинге.
63. Применение методов сегментирования на различных типах рынков.
64. Жизненный цикл продукта и стратегии маркетинга
65. Формирование рынка для нового продукта.
66. Стратегии ценообразования новых товаров.
67. Стратегии распределения и обеспечение доступности товаров
68. Роль дистрибьютора в маркетинговой стратегии предприятия.
69. Управление личными продажами и их роль в маркетинге
70. Контроль маркетинговой деятельности
71. Коммуникации с потребителями в цифровой среде
72. Маркетинговый аудит и стратегии роста компании
73. Планирование в маркетинге в условия цифровой экономики.
74. Организационное построение служб маркетинга
75. Управление конфликтами в рамках многоканального распределения
76. Особенности стимулирования сбыта товаров
77. Связи с общественностью и их роль в условиях цифровой экономики
78. Области маркетинговых решений на корпоративном уровне
79. Области принятия маркетинговых решений на функциональном уровне
80. Понятие и виды спроса для принятия маркетинговых решений
81. Области принятия инновационных решений по управлению товаром
82. Области принятия маркетинговых решений в сфере ценообразования
83. Области принятия маркетинговых решений в сфере распределения
84. Области принятия маркетинговых решений в сфере коммуникаций

Примерный перечень практических заданий

Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения

МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение

Задание 1

Реализовано продукции на сумму 236 т.руб. в т.ч. НДС. Организация приобрела сырье в том же периоде на сумму 177 т.руб. в т.ч НДС. Стоимость услуг транспортной организации по доставке сырья составила 5900 руб. в т. ч. НДС. Определить сумму НДС к уплате.

Задание 2

Табачная фабрика реализовала 1 млн. сигарет с фильтром на 1180000 руб. в т.ч. акциз и НДС. Максимальная розничная цена пачки составила 20 руб. Ставка 150 руб. за 1000 шт.+6% от расчетной стоимости. Определить НДС и акциз к уплате.

Задание 3

Выручка от реализации продукции составила 2360000 руб. в т.ч. НДС. Расходы на производство продукции составили 1300000 руб. Уплачен штраф за нарушение договора поставки 40000 руб. Уплачен штраф за нарушение налогового законодательства 100000 руб. Выявлена отрицательная курсовая разница на 80000 руб. Определить стоимость налога на прибыль, если уплачены авансы по налогу на сумму 35000 руб.

Задание 4

Гражданин, герой РФ, женат, 2 детей - 10 и 22 года. За январь ему начислена з/пл 16000 руб., материальная помощь 5000 руб. Удержать НДФЛ.

Задание 5

В организации начислена з/пл 300 т.руб. Начислена премия за производственные успехи 100 т.руб и пособия по временной нетрудоспособности 3 000 руб. Начислить взносы за период.

Задание 6

В 1 квартале поступило на р/с 900 т.руб. Начислены и уплачены страховые взносы на обязательное страхование-25000 руб. Определить сумму единого налога к уплате.

Задание 7

Организация имеет в собственности земельный участок, кадастровая стоимость которого составляет 5100000 руб. Определить сумму авансового платежа по земельному налогу за 1 квартал.

Задание 8

Остаточная стоимость имущества на 1 января составила 400 т.руб., на 1 февраля 450 т.руб., на 1 марта 448 т.руб., на 1 апреля 445 т.руб. Определить сумму авансового платежа по налогу на имущество предприятия.

Задание 9

Организация оказывает бытовые услуги населению. Численность рабочих 8 человек. Базовая доходность 7500 руб. в мес. $K_1=1,081$ и $K_2=1$. Начислены и уплачены страховые взносы в ПФР в размере 13 000 р. Определите ЕНВД за текущий квартал.

Задание 10

Предприятие приобретает в 2016 году легковой автомобиль, первоначальная стоимость которого составляет 320 000 руб. (без НДС). Данный объект основных средств относится к третьей амортизационной группе и по нему установлен срок полезного использования пять лет. Предприятие применяет линейный метод амортизации.

Задание: Определите ежемесячную норму амортизации и сумму амортизационных отчислений.

Задание 11

За июнь предприятие добыло на территории Архангельской области 400 т торфа. В этом же месяце было реализовано 150 т по цене 800 руб./т, 200 т по цене 900 руб./т (без

учета НДС). В цену реализации включена стоимость доставки, которая составила 40 000 руб.

Задание: Определить сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет.

Задание 12

Остаточная стоимость имущества предприятия "Северный металл" в Череповце Вологодской области по месту нахождения организации за отчетный период (1 квартал) составила по состоянию:

- 01.01 - 500 000 руб.;
- 01.02 - 550 000 руб.;
- 01.03 - 530 000 руб.;
- 01.04 - 500 000 руб.

Задание: Определить среднюю стоимость имущества и сумму авансового платежа по налогу на имущество организаций за 1 квартал календарного года, если областным законом установлена ставка налога 2,2%.

Задание 13

Определить размер налога на прибыль если известно следующее:

- Выручка от реализации – 1300 руб.,
- Фонд заработной платы с отчислениями-1200 руб.,
- Расходы по приобретению материалов –4500 руб.,
- Расходы по подготовке кадров на территории РФ 4500 руб.,
- Амортизация – 1200 руб.

Задание 14

Рассчитать сумму налога с доходов физических лиц гражданина, получившего 200 000 руб., у которого на иждивении 3 детей в возрасте 2, 5, 10 лет.

Задание 15

Организация производит и реализует обувь для взрослых. По итогам работы за 1,2,3 квартал 2016 г. сумма выручки от реализации продукции составила соответственно: а) за безналичный расчет - 300,400, 380 тыс. руб.; б) за наличный расчет физическим лицам - 3,5,4 тыс. руб.

Требуется решить вопрос об освобождении организации от уплаты НДС.

Задание 16

Организация применяет упрощенную систему налогообложения. Объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов. За первое полугодие 2016 г. доходы составили 5500000 р., расходы – 4800000 р. Кроме этого, приобретены основные средства на сумму 125000 р., из них введены в эксплуатацию на сумму 100000 р. Оплата произведена на 80%.

Рассчитать сумму налога, подлежащую уплате в бюджет.

Задание 17

Молокозавод за 1-ый квартал 2016 года произвел следующие хозяйственные операции:

1. Произведено и реализовано покупателям продукции:

- молоко 14000 литров по цене 30 руб. 00 коп;
- творожная масса 68000 пачек по цене 40 руб ;
- сыр «Советский» 2350 кг по цене 150 руб.;

- мороженое «Эскимо» 120000 шт. по цене 16 руб. 00 коп;
 - мороженое «Фруктовое» 45000 шт. по цене 8 руб . 50 коп. (цены реализации отпускные, без учета налогов)
2. Приобретено, оплачено и оприходовано сырье (сухое молоко) - 13000 кг по цене 80 руб. (без НДС) за кг.
3. Перечислены со счета средства за строительные работы – 1400000 руб.
4. Поступили на счет средства за сданное в аренду помещение склада – 357800 руб.
- Все суммы указаны без НДС. Счета-фактуры по всем операциям имеются в наличии с должным оформлением.
- Требуется: Исчислить сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет за 1-ый квартал 2016 года и указать срок уплаты.

Задание 18

Организация осуществляет услуги и является плательщиком УСН. Исчислите единый налог за квартал на основании следующих данных:

Доходы от услуг:

- Химическая очистка – 18 000р.;
- Прачечные услуги – 10 000 р.;
- Крашение одежды – 7 000 р.

Начислены страховые взносы в Пенсионный фонд на обязательное страхование 10 тыс.руб. Расчет произведите в соответствии с региональным законодательством.

Задание 19

Рассчитайте сумму НДС за месяц, имея следующие данные:

Выручка от реализации автодеталей составила 600500 р. (в т.ч НДС),

Выручка от реализации зерна составила в 10000000 р. (т.ч. НДС),

Выручка от реализации земельного участка 4000000 р.,

Авансы, полученные в счет последующей реализации 640000 р.,

Авансы, полученные в счет последующей реализации на экспорт 250000 р.,

Сумма общехозяйственных расходов, произведенных организацией (в т.ч НДС) составила 400000.

Задание 20

Предприятие оптовой торговли за наличный расчет приобрело и оплатило товар на сумму 126000 р. (включая НДС). В этом же месяце товар был реализован за наличный расчет на сумму 150000 р. (без налогов).

Определите НДС, причитающийся к уплате в бюджет за отчетный период.

Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности

МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 7, ОК 12, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.8

Задание 1

1. Амортизационные отчисления за год по механическому цеху составили 100 тыс. руб. Цех за год изготовил продукцию на 2,5 млн. руб., что на 25% больше чем предусматривалось планом.

Определить годовую экономию за счет снижения доли амортизации на 1 руб. выпуска продукции.

Задание 2

2. В первом квартале предприятие реализовало продукции на 356 тыс. руб., среднеквартальные остатки оборотных средств составили 32 тыс. руб. Во втором квартале объем реализации продукции уменьшится на 8%, а время одного оборота оборотных средств будет сокращено на три дня. Определите: 1. коэффициент оборачиваемости оборотных средств и время одного оборота в днях в первом квартале; 2. коэффициент оборачиваемости оборотных средств и их абсолютную величину во втором квартале; 3. высвобождение оборотных средств.

Задание 3

3. Предприятие реализовало продукцию в отчетном квартале на 160 тыс. руб. при средних остатках оборотных средств 32 тыс. руб. Определите ускорение оборачиваемости оборотных средств в днях и их высвобождение за счет изменения коэффициента оборачиваемости в плановом квартале, если объем реализованной продукции возрастает на 12% при неизменной сумме оборотных средств.

Задание 4

4. Определите норматив оборотных средств в незавершенном производстве, оборачиваемость оборотных средств предприятия, если известно, что выпуск продукции за год составил 13 000 единиц; себестоимость изделия - 65 руб., цена изделия на 28% превышает его себестоимость; среднегодовой остаток оборотных средств - 42000 руб. ; длительность производственного цикла изготовления изделия - 6 дней; коэффициент нарастания затрат в незавершенном производстве - 0,5.

Задание 5

5. Два машиностроительных завода производят одинаковую продукцию, их работа за год характеризуется следующими данными: среднегодовая стоимость ОПФ для первого завода - 8 млн. руб., для второго 14млн. руб., на первом заводе работает 4000 чел., на втором 5000 чел. Выработка (производительность труда) продукции на одного работающего на первом заводе составляет 3000 руб., на втором 3600 руб. Определить фондовооруженность и фондоотдачу для этих заводов.

Задание 6

6. Предприятие реализовало продукцию в отчетном квартале на 100 тыс. руб. при средних остатках оборотных средств 25 тыс. руб. Определите ускорение оборачиваемости оборотных средств в днях.

Задание 7

7.Фирма планирует продажу плакатов для туристов по 3,5 \$ США за штуку. Она может приобретать плакаты у оптовика по 2,1\$ США и возвращать непроданные товары за полную стоимость. Аренда плаката обойдется в 70\$ США в неделю. Ответьте на следующие вопросы: 1. Каков порог рентабельности? 2. Каким станет порог рентабельности, если арендная плата повысится до 105\$ США? 3. Каким будет порог рентабельности, если удастся увеличить цену реализации до 3,85\$ США? 4. Сколько

плакатов должно быть продано для получения прибыли в сумме 490\$ США в неделю? 5. Какой запас финансовой прочности имеет данный бизнес при сумме прибыли 490\$ США?

Задание 8.

Торговое предприятие планирует увеличение суммы прибыли и снижение затрат после получения ссуды в течение первых трех лет в следующих размерах:

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год
Прибыль, тыс. руб.	210	280	370
Уровень издержек обращения, %	20,2	19,8	19,0

Предусматривается сохранение среднего уровня валового дохода в размере 25%. Доля условно постоянных издержек обращения предусматривается 36%.

Задание: рассчитать абсолютный показатель точки безубыточности продаж в первом, втором и третьем году.

Задание 9.

Выручка торгового предприятия – 111 535 руб., себестоимость продаж -105 927 руб., коммерческие расходы -3 725 руб., управленческие расходы- 0 руб., прибыль до налогообложения -2 352 руб. Необходимо определить: валовую прибыль, прибыль от продаж, чистую прибыль, рентабельность продаж.

Задание 10.

Выручка предприятия сферы услуг – 202 725 руб., себестоимость продаж -132 044 руб., коммерческие расходы -32 580 руб., управленческие расходы- 8 101 руб., текущий налог на прибыль -6 000 руб. Необходимо определить: валовую прибыль, балансовую прибыль, чистую прибыль, рентабельность продаж.

Задание 11.

Начисленный годовой доход физического лица составила 549 389 руб. Необходимо определить сумму подоходного налога.

Задание 12.

Налогооблагаемая база юридического лица на ОСН составила 1 847 389 руб. Необходимо определить сумму для уплаты налога на прибыль.

Задание 13.

Выручка ИП на УСН составила 787 359 руб. Необходимо определить сумму для уплаты НДС.

Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга
МДК.02.03 Маркетинг
Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

Задание 14.

Опишите потребности человека с точки зрения ожидаемой пользы(выгоды) от использования следующих товаров:

1. Сливочное масло;
2. Кухонная посуда;
3. Холодильник;
4. Микроволновая печь;
5. Услуги репетитора;
6. Зонт;
7. Автомобиль;

Сделайте письменный ответ.

Задание 15.

На примере известного вам предприятия определите соответствующих субъектов рыночной деятельности, с которыми предприятие работает:

1. Поставщики ресурсов;
2. Маркетинговые посредники;
3. Конкуренты;
4. Клиенты;
5. Контактная аудитория;

По каждому субъекту опишите характер отношений с рассматриваемой организацией. Обоснуйте принадлежность каждого субъекта к выделенной группе. Ответ сделать письменно.

Задание 16.

Назовите, какие факторы микросреды из разряда демографических, природных, технологических, социокультурных, политических и международных необходимо учитывать производителям:

1. Спортивных велосипедов;
2. Надувных лодок;
3. Хлебобулочных изделий;
4. Лыж;
5. Автомобилей.

По каждому товару проранжируйте значимость факторов макросреды и обоснуйте их различную значимость для конкретного товара.

Сделайте письменный ответ.

Задание 17.

К атрибутам маркетинговой системы относят количественные и качественные цели. Укажите и обоснуйте, какие из приведенных целей относятся к качественным, а какие к количественным:

1. Охрана окружающей среды;
2. Объем продаж;
3. Производительность труда;
4. Обеспечение занятости населения в стране экспорта;
5. Объем прибыли;
6. Доля рынка компании по странам, товарам и сегментам. Дайте письменный

ответ.

Задание 18.

Укажите правильную последовательность движения информации в МИС, используя приведенные элементы:

- система маркетинговых исследований;
 - систематизация информации по уровням управления, объектам, и характеру решаемых задач;
 - система внешней информации;
 - анализ результатов исследования;
 - внутренняя и внешняя маркетинговая среда фирмы;
 - коммуникации с целью сбора маркетинговой информации;
 - систематизация входящих информационных потоков;
 - анализ, планирование, организация и контроль маркетинговых решений;
 - система обработки и анализа информации;
 - управление процессом маркетингового исследования;
 - коммуникационная система для пользователей;
 - система внутренней информации;
- Укажите элементы, не используемые в МИС.

Задание 19.

Разработайте полный перечень признаков сегментирования потребителей для производителей, указанных ниже товаров:

Производитель прохладительных напитков;

- производитель домашней обуви;

- производитель косметических средств по уходу за волосами;

- фабрика игрушек;

- фабрика по пошиву верхней одежды;

- комбинат по изготовлению сухих завтраков;

- производитель холодильников;

Укажите дополнительную информацию, необходимую для проведения сегментации рынка.

Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности

МДК.02.03 Маркетинг

Формируемые компетенции – Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

Задание 20.

По приведенному списку товаров дайте перечень товарных характеристик, важных для потребителей:

1. Электрочайник;
2. Наручные часы;
3. Легковой автомобиль;
4. Настольная лампа;
5. Учебник по инвестициям;
6. Услуги репетитора;

7. Мясные полуфабрикаты;
8. Мороженое;
9. Обувь для спорта;

Задание 21.

Опишите возможные мотивы для покупок следующих товаров:

1. Компьютер;
2. Смартфон;
3. Жевательная резинка;
4. Автомобиль;
5. Полис дополнительного медицинского страхования;
6. Пылесос;
7. Услуги парикмахера;
8. Услуги финансового консультанта;
9. Услуги доставки продуктов на дом.

Задание 22.

По приведенным товарам обоснуйте тип покупательского поведения с позиции «вовлеченность-различие» и укажите способы повысить вовлеченность в процесс покупок.

1. Ковер для пола;
2. Мебель для кухни;
3. Электронная книга;
4. Компьютерная игра;
5. Галстук для мужчин.

Задание 23.

Разработайте варианты позиционирования новых товаров, планируемых для выведения на рынок:

- жевательная резинка;
- стиральный порошок;
- детская одежда;
- автомобиль;
- самокат детский;
- велосипед;

Задание 24.

Производитель туалетного мыла потребовал описать запросы разных типов потребителей:

- отрицатели моды;
- равнодушные;
- расчетливые;
- практично-модные;

Задание 25.

Заполните таблицу, распределив приведенные термины по типам характеристик товаров: Товар по замыслу; Товар в реальном исполнении; Товар с подкреплением.

- монтаж;
- упаковка;
- основная выгода;
- послепродажное обслуживание;
- марочное наименование;
- внешнее оформление;
- поставка и кредитование;
- гарантия;
- свойства товара;
- качество товара;

Задание 26.

Для приведенных товаров сформулируйте перечень товарных характеристик и их значимость для потребителя:

- электрочайник;
- кофеварка;
- наручные часы;
- легковой автомобиль;
- настольная лампа;
- квартира;
- смартфон;

Задание 27.

Раскройте содержание понятий: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением для приведенного списка товаров:

- прохладительные напитки;
- телевизор;
- роликовые коньки;
- диван;
- двухкамерный холодильник;
- зубная паста;
- жидкое мыло;

Дайте письменный ответ.

Задание 28.

Разработайте меры по продвижению и стимулированию продаж следующих товаров:

- елочные украшения;
- компьютерные игры;
- автомобиль;
- микроволновая печь;
- обеденный стол;
- обувь пляжная;
- абонемент в фитнес-клуб;

Сделайте письменный отчет.

Задание 29.

Предложите систему распределения производителю следующих товаров:

- писчая бумага;
- прохладительные напитки;
- полиграфическое оборудование;
- световые табло.

Примерные тестовые вопросы

Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения

МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9

1. Совпадают ли права налогоплательщиков и плательщиков сборов, страховых взносов?

- совпадают
- не совпадают
- совпадают частично
- совпадают только права налогоплательщиков и плательщиков страховых взносов

2. К федеральным налогам и сборам относится:

- транспортный налог
- торговый сбор
- НДС
- налог на игорный бизнес

3. К местным налогам и сборам относится:

- государственная пошлина
- налог на имущество физических лиц
- транспортный налог
- налог на доходы физических лиц

4. К региональным налогам относится:

- налог на имущество организаций
- акцизы
- земельный налог
- водный налог

5. Основными элементами налогообложения в РФ НЕ признаются согласно НК РФ:

- объект налогообложения
- налоговая льгота
- налоговая база
- налоговая ставка

6. Налоговая ставка представляет собой:

- фиксированную величину от объекта налогообложения
- величину налоговых начислений на единицу измерения налоговой базы
- стоимостную, физическую или иную характеристику объекта налогообложения
- установленные законом методические правила расчета величины налога

7. Кем проводится налоговый контроль?

- налогоплательщиком
- должностными лицами налоговых органов
- правительством РФ
- организацией

8. Субъект налоговых отношений – это:

- взимаемые налоги

- исключительно физические лица, на которых в соответствии с законодательными актами возложена обязанность уплачивать налоги
- любые лица, являющиеся носителями субъективных прав и обязанностей
- лица, между которыми возникают отношения, регулируемые законодательством о налогах и сборах

9. Налоги в зависимости от принадлежности к уровню бюджета классифицируются как:

- прямые
- закрепленные
- регулирующие
- местные
- целевые

10. В случае, если лицо, привлекаемое к ответственности за совершение налогового правонарушения, отказалось добровольно уплатить сумму налоговой санкции или пропустил срок уплаты, указанный в требовании, налоговый орган обращается в _____ с заявлением о взыскании с данного лица налоговой санкции, установленной настоящим Кодексом, за совершение данного налогового правонарушения.

- суд
- финансовые органы
- центральный банк
- все вышеперечисленные

11. Из приведенного перечня укажите обязанности налогоплательщика:

- получать по месту своего учета от налоговых органов бесплатную информацию (в том числе в письменной форме) о действующих налогах и сборах
- получать отсрочку, рассрочку или инвестиционный налоговый кредит
- встать на учет в налоговых органах
- использовать налоговые льготы при наличии оснований и в порядке, установленном законодательством о налогах и сборах

12. Что из перечисленного относится к правам налогоплательщика?

- уплачивать законно установленные налоги
- требовать соблюдение налоговой тайны
- выполнять законные требования налогового органа об устранении выявленных нарушений законодательства о налогах
- вести в установленном порядке учёт своих доходов

13. В каком месте проводится выездная налоговая проверка?

- по месту нахождения налоговой инспекции
- по месту нахождения налогоплательщика
- по месту нахождения головной организации налогоплательщика
- нет верного ответа

14. Обязанность по исчислению суммы налога может быть возложена на: 1) налогоплательщика самостоятельно; 2) налоговый орган или налогового агента

- верно только 1
- верно только 2
- оба варианта верны

- оба варианта неверны

15. Элементами налогообложения в РФ признаются: 1) объект налогообложения, налоговая база, налоговый период, налоговая ставка, порядок исчисления налога, порядок и сроки уплаты налога; 2) субъект налогообложения, налоговая ставка, налоговый срок, база налогообложения, порядок исчисления налога.

- верно только 1
- верно только 2
- оба варианта верны
- оба варианта неверны

16. В каком случае прекращается обязанность по уплате налога или сбора?

- с началом процедуры банкротства
- с подачей заявления о ликвидации организации
- со смертью учредителя организации
- с уплатой налога и сбора

17. Чему равен налоговый период?

- периоду, который выберет сама организация
- только одному кварталу
- только одному месяцу
- календарному году или иному периоду времени, по истечении которого определяется налоговая база или отчисляется сумма налога

18. Налог – это ...

- обязательный, индивидуальный безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований
- обязательные платежи на обязательное пенсионное страхование, обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, на обязательное медицинское страхование, взимаемые с организаций и физических лиц в целях финансового обеспечения реализации прав застрахованных лиц на получение страхового обеспечения по соответствующему виду обязательного социального страхования
- обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в отношении плательщиков сборов государственными органами, органами местного самоуправления юридически значимых действий

19. В какой валюте может быть исполнена обязанность по уплате налога у российских компаний?

- в любой
- только в рублях
- в рублях или в евро
- в рублях, евро и долларах

20. Для целей контроля за налогоплательщиками и объектами налогообложения налоговые органы проводят следующие виды налоговых проверок:

- камеральные, выездные, формальные

-выездные, камеральные.

21. Налоговым кодексом установлены виды налогов...

- Прямые и косвенные
- Уменьшающие и не уменьшающие налогооблагаемую прибыль в зависимости от источника финансирования
- Федеральные, региональные и местные

22. Величина налога на единицу измерения налоговой базы представляет собой...

- Налоговое бремя
- Налоговую ставку
- Налоговый оклад
- Единицу налогообложения

23. Какие налоги относятся к местным?

- транспортный налог
- налог на имущество предприятий
- земельный налог
- государственная пошлина

24. Налогоплательщики не имеют право...

- Требовать встречные проверки у покупателей
- Получать налоговый кредит
- Использовать налоговые льготы
- Присутствовать при проведении выездной налоговой проверки
- Требовать соблюдения налоговой тайны

25. Налоговый агент начисляет...

- Налог на доходы физических лиц
- Единый налог на вмененный доход
- Налог на имущество организаций
- Акциз

26. Прямым налогом является...

- Акциз
- Налог с имуществом
- Налог на добавленную стоимость

27. К косвенному налогу можно отнести...

- Налог на доходы физических лиц
- Налог на прибыль организаций
- Водный налог
- Акциз

28. Налоговое обязательство по НДС возникает...

- В момент перехода права собственности
- В момент оплаты покупателями полученных от налогоплательщика ценностей, услуг
- В соответствии с принятой учетной политикой

29. Налог на добавленную стоимость...

- Распределяется между федеральными и региональными бюджетами
- Распределяется между региональным и местным бюджетами

- Направляется в федеральный бюджет
- Направляется в региональный бюджет
- Направляется в местный бюджет

30. НДС в соответствии с налоговым кодексом РФ является...

- Федеральным налогом
- Региональным налогом
- Местным налогом
- Прямым налогом

31. Какая из перечисленных сумм не включается в облагаемый оборот при расчете налога на добавленную стоимость?

- сумма авансовых и иных платежей, полученных в счет предстоящих поставок товаров, выполнения работ или оказания услуг
- сумма, полученная за реализованные товары (работы, услуги) в виде финансовой помощи
- сумма займа в денежной форме

32. Применение УСНО...

- Освобождает налогоплательщика от НДС
- Не освобождает налогоплательщика от НДС
- Освобождает налогоплательщика от НДС в соответствии с принятой учетной политикой
- Зависит от пожелания налогоплательщика в части НДС

33. Налоговый период по акцизам составляет...

- год
- период с начала года
- месяц
- квартал

34. В бюджет уплачиваются...

- акциз начисленный
- вычет по акцизу
- разница между акцизом, начисленным и вычетом по акцизу
- разница между вычетом по акцизу и акцизом начисленным

35. К зданиям, сооружениям, передаточным устройствам, входящим в восьмую-десятую амортизационные группы, налогоплательщики применяют...

- линейный метод начисления амортизации
- нелинейный метод начисления амортизации
- любой метод начисления амортизации

36. Налог на прибыль, уплачиваемый по ставке 15%, перечисляется...

- полностью в федеральный бюджет
- полностью в региональный бюджет
- в равных долях распределяется между федеральным и региональным бюджетами

37. Назовите, что не относится к внереализационным доходам по налогу на прибыль:

- доходы прошлых лет, выявленные в отчетном периоде
- доходы от реализации имущественных прав
- доходы от сдачи имущества в аренду

- доходы от операции купли-продажи иностранной валюты

38. Налоговым периодом по ЕНВД признается...

- календарный год
- календарный месяц
- квартал

39. Налоговый период налога на игорный бизнес является:

- месяц
- квартал
- календарный год

Ставки транспортного налога дифференцируются...

- по видам транспортных средств
- по мощности двигателя транспортного средства
- по видам транспортных средств и мощности их двигателя

40. Финансы как экономическая категория – это:

- Экономические отношения, носящие денежный и распределительный характер
- Целевые денежные фонды государства, используемые для выполнения его функций и задач
- Денежные средства, находящиеся в распоряжении органов власти и хозяйствующих субъектов

Финансы коммерческих организаций – это система отношений, связанных с:

- Формированием и использованием финансовых ресурсов коммерческих организаций с целью обеспечения их деятельности и решения вопросов социального характера
- Формированием и использованием финансовых ресурсов коммерческих организаций с целью получения прибыли
- Формированием финансовых ресурсов коммерческих организаций с целью обеспечения их деятельности и решения вопросов социального характера

41. С помощью финансов на микроуровне распределяются:

- Доходы организаций
- Расходы бюджета
- Источники финансирования дефицита бюджета

42. Финансовый механизм – это:

- Совокупность органов управления финансами и их взаимодействие
- Система планов, прогнозов и контроль за выполнением плановых показателей
- Совокупность форм, методов и способов организации финансовых отношений
- Функция финансов, осуществляемая через анализ финансовых показателей и меры финансового воздействия, называется:
- Контрольной
- Аккумулирующей
- Распределительной

43. Что является материальной основой возникновения финансовых отношений на уровне предприятий?

- Кругооборот производственных фондов
- Движение денежных средств
- Оборот материальных ресурсов

Верно утверждение:

- Понятие «финансовые ресурсы» шире, чем понятие «финансы»
- Фонды денежных средств – единственная форма использования финансовых ресурсов
- Финансовые ресурсы являются материальными носителями финансовых отношений

44. Результативность производственно-хозяйственной деятельности организации с точки зрения потребления и расходов необходимых ресурсов реализуется через функцию финансов организаций:

- Распределительную
- Стимулирующую
- Контрольную

Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности

МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9

1. Рассчитайте индекс прироста цен, если общий индекс цен – 1,12:
 - a. 0,89
 - b. 1,12
 - c. 0,12

2. К косвенным показателям ритмичности производства продукции относится:
 - a. наличие сверхнормативных остатков незавершенного производства
 - b. коэффициент ритмичности
 - c. удельный вес продукции, выпущенной в каждом отчетном периоде
3. К показателям, характеризующим движение основных средств, относятся:
 - a. коэффициент обновления
 - b. коэффициент годности
 - c. коэффициент амортизации
 - d. фондовооруженность
4. Отношение остаточной стоимости основных фондов к их полной стоимости представляет
 - a. собой коэффициент:
 - b. годности
 - c. износа
 - d. обновления
5. Коэффициент оборота по приему рабочих определяется:
 - a. количеством принятых на работу к среднесписочной численности персонала
 - b. количеством уволенных с работы к среднесписочной численности персонала
 - c. изменение численности работников к среднесписочной численности персонала
6. Численность работников по отношению к выпуску продукции является:
 - a. экстенсивным фактором
 - b. интенсивным фактором
7. Абсолютная экономия фонда оплаты труда определяется:
 - a. как разница между фактическим и плановым фондом оплаты труда
 - b. как разница между фактическим и скорректированным плановым фондом оплаты труда

- с. как произведение планового фонда оплаты труда на прирост объема производства в процентах
8. Относительная экономия фонда оплаты труда определяется:
- а. как разница между фактическим и скорректированным плановым фондом оплаты труда
 - б. как разница между фактическим и плановым фондом оплаты труда
 - с. как произведение планового фонда оплаты труда на прирост объема производства в процентах
9. Коэффициент равномерности выпуска продукции не может быть:
- а. больше 1
 - б. меньше 1
 - с. ограничения не установлены
10. При расчете коэффициента ритмичности производства в зачет выполнения плана берется:
- а. фактическая величина, не превышающая плановую величину выпуска продукции
 - б. плановая величина выпуска продукции
 - с. фактическая величина выпуска продукции
11. Уровень автоматизации и механизации трудовых процессов характеризует:
- а. уровень организации производства и труда
 - б. уровень специализации производства
 - с. уровень поточности производства
12. Чистая текущая стоимость инвестиционного проекта есть:
- а. разница между дисконтированным доходом от инвестиций и дисконтированными инвестициями
 - б. разница между доходом от инвестиций и дисконтированными инвестициями
 - с. разница между дисконтированным доходом от инвестиций и инвестициями
13. Оценка рисков и страхование в общей структуре бизнес-плана текущей деятельности предприятия относится к разделу:
- а. финансы
 - б. производство
 - с. маркетинг
14. Для анализа качества продукции используют:
- а. обобщающие, индивидуальные и косвенные показатели
 - б. количественные и качественные показатели
 - с. обобщающие, частные показатели, количественные и качественные
15. Не относится к числу показателей, характеризующих движение работников предприятия:
- а. производительность труда
 - б. коэффициент текучести
 - с. коэффициент постоянства персонала
16. Принципом банковского кредитования не является:
- а. Принцип невозвратности
 - б. Принцип платности
 - с. Принцип срочности
17. Закрепляет права ее владельца на получение части прибыли корпорации:
- а. Облигация
 - б. Вексель
 - с. Акция
18. Инструментом какого вида кредита является вексель?
- а. Коммерческого

- b. Банковского
 - c. Ипотечного
19. Условно-постоянные расходы включают:
- a. Расходы материалов на выпуск продукции
 - b. Основная заработная плата производственных рабочих
 - c. Амортизационные отчисления и расходы по управлению
20. Выручка от реализации, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще и не имеет прибылей – это:
- a. Постоянные затраты
 - b. Объем реализации
 - c. Порог рентабельности
21. Выручка от реализации продукции (работ, услуг) представляет собой:
- a. Сумму денежных средств на расчетном счете компании
 - b. Сумму денежных средств, поступивших на расчетный, валютный и иные счета компании за отгруженную продукцию, выполненные работы и оказанные услуги
 - c. Сумму денежных средств на расчетном, валютном и иных счетах компании
22. Какой из методов учета дохода применяется при определении налогообложения прибыли?
- a. Кассовый метод
 - b. Метод начислений
 - c. По заявленной учетной политике предприятия
23. К операционным доходам относятся:
- a. Доходы от безвозмездного получения активов
 - b. Страховые возмещения по наступившим рискам
 - c. Проценты, полученные по предоставленным кредитам и займам
24. К внереализационным доходам относят:
- a. Проценты, полученные по предоставленным кредитам и займам
 - b. Поступления в возмещение причиненных организации убытков
 - c. Доходы от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты)
25. Каково основное преимущество аналитического метода планирования прибыли по сравнению с методом прямого счета?
- a. Большая точность в расчетах
 - b. Учет влияния различных факторов на величину прибыли предприятия
 - c. Простота расчетов
26. Что понимается под капитализацией прибыли корпорации?
- a. Направление прибыли на увеличение стоимости имущества корпорации
 - b. Направление прибыли в фонд потребления
 - c. Направление прибыли в резервный фонд
27. В чьей компетенции находится определение общего подхода к распределению чистой прибыли корпорации?
- a. Собственника корпорации
 - b. Государственных финансовых органов
 - c. Директора корпорации
28. Порог рентабельности – это:
- a. Выручка от реализации, при которой предприятие имеет нулевую прибыль
 - b. Выручка от реализации, соответствующая достигнутому в отчетном периоде уровню прибыли

- c. Отношение постоянных затрат, необходимых для деятельности предприятия, к результату от реализации после возмещения переменных затрат в относительном выражении
29. Рентабельность всего капитала предприятия показывает:
- a. Сколько прибыли приходится на единицу реализованной продукции
 - b. Эффективность использования основных средств и прочих внебюджетных активов
 - c. Эффективность использования всего имущества предприятия
30. Первоочередным направлением распределения прибыли является:
- a. Максимальное обеспечение потребностей расширенного воспроизводства
 - b. Выполнение финансовых обязательств перед государством
 - c. Направление прибыли на капитальные вложения
31. Разновидность лизинга, при котором продавец предмета лизинга одновременно выступает и как лизингополучатель называется:
- a. Финансовый
 - b. Возвратный
 - c. Оперативный
32. Какой из показателей является аналогом чистому оборотному капиталу?
- a. Величина основных средств предприятия
 - b. Величина собственных оборотных средств
 - c. Величина нераспределенной прибыли
33. По какому признаку оборотные средства делятся на оборотные производственные фонды и фонды обращения?
- a. По функциональному назначению
 - b. По участию в процессе производства
 - c. По степени планирования.
34. Какие элементы оборотных средств относятся к быстрореализуемым активам корпорации?
- a. Реальная дебиторская задолженность
 - b. Незавершенное производство
 - c. Полуфабрикаты
35. Норматив оборотных средств представляет собой:
- a. Физический объем товарно-материальных ценностей, минимально необходимый для нормального функционирования предприятия
 - b. Денежное выражение планируемого запаса товарно-материальных ценностей, минимально необходимых для нормальной хозяйственной деятельности предприятия
 - c. Планируемый запас товарно-материальных ценностей, необходимых для осуществления производства продукции
36. Какой из методов оценки эффективности инвестиций учитывает временную стоимость денег?
- a. Учетная норма прибыли
 - b. Чистая текущая стоимость
 - c. Срок окупаемости

Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга
МДК.02.03 Маркетинг
Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8

1. Продолжите следующее утверждение: «Маркетинг – вид деятельности на выявление и удовлетворение...»
- нужд
 - потребностей
 - запросов
 - нужд и потребностей.
2. Смысл определения маркетинга раскрывается следующими понятиями:
- управление маркетингом
 - обмен
 - потребитель
 - все ответы.
3. Понятие «рынок» в маркетинге означает:
- покупатели и продавцы
 - действительные или потенциальные покупатели и продавцы
 - место проведения сделок
 - реальные и потенциальные продавцы.
4. Выберите методы описания маркетинговой среды предприятия:
- SWOT-анализ
 - PEST-анализ
 - матрица БКГ
 - метод точки безубыточности
5. Какие методы могут использоваться при проведении кабинетных маркетинговых исследований?
- контент-анализ
 - анализ динамических рядов данных
 - пробные продажи
 - анкетирование
6. Проведение качественных исследований предполагает использование следующих методов:
- групповые дискуссии и фокус-группы
 - глубинные интервью
 - интервью и анкетирование
 - выборочные исследования
7. Результатом функционирования маркетинговой информационной системы являются:
- источники первичной и вторичной информации
 - банк методов и моделей
 - базы данных о состоянии маркетинговой среды предприятия и отчеты маркетинговых исследований
 - маркетинговые стратегии и планы мероприятий
8. К какому виду исследования рынка относится изучение различных справочников и статистической литературы?
- кабинетные исследования
 - полевые исследования

- статистические исследования
- не относится к исследованиям

9. Маркетинговая информация в зависимости от стадии переработки может быть:

- внешней
- внутренней
- первичной
- вторичной

10. Система анализа маркетинговой информации включает в себя:

- систему управленческого учета
- систему сбора внешней текущей информации
- систему маркетинговой информации
- банк методов и моделей

11. Полевые исследования - это:

- исследования, которые проводятся маркетинговой службой предприятия в сельской местности
- обработка данных официальных источников
- сбор первичных данных исходя из возникающих маркетинговых проблем
- нет правильного ответа

12. Потребность – это:

- количество денег, которое потребитель может использовать для удовлетворения своих нужд
- нужда, воплощенная в конкретную форму
- товар, который способен удовлетворить нужду потребителя
- все ответы верны
- правильного ответа нет

13. Согласно маркетинговой концепции, для эффективного функционирования в условиях рыночной экономики предприятие должно стремиться к получению максимальной прибыли от своей деятельности за счет:

- поддержания максимальных, допускаемых конъюнктурой рынка, цен на товары (услуги)
- максимального снижения издержек производства
- наилучшего удовлетворения спроса потребителей на товары наиболее выгодным для предприятия образом
- поиска оптимальной последовательности прохождения этапов товародвижения

14. Благожелательное отношение потребителей к широко распространенным и доступным по цене товарам (услугам) - это основание для реализации:

- маркетинговой концепции
- концепции совершенствования товара
- концепции совершенствования производства
- социально-этической концепции

15. Маркетинговая среда представляет собой:

- многообразие отношений, складывающихся между руководством предприятия и организациями, находящимися за пределами его
- совокупность сил и субъектов, действующих за пределами предприятия и влияющих на эффективность обслуживания целевых рынков

- возможности и угрозы в деятельности предприятия по обслуживанию потребителей
- факторы, связанные с предприятием

16. Контролируемые факторы маркетинговой среды не содержат такой элемент как:

- область деятельности предприятия
- корпоративная культура предпринимательской деятельности
- организация маркетинговой службы
- потребители и их поведение на рынке

17. Какие элементы не входят в модель покупательского поведения на потребительском рынке?

- внешние факторы
- черный ящик
- вторичный спрос
- первичный спрос

18. К маркетинговым факторам, оказывающим влияние на покупательское поведение, относится:

- возраст
- цена товара
- восприятие
- образ жизни

19. «Рынок покупателя» представляет собой ситуацию, когда отмечается:

- большое количество потребителей
- превышение предложения над спросом
- превышение спроса над предложением
- все ответы верны
- правильного ответа нет

20. Отказ потенциальной части потребителей от товара, ставит компанию в условия:

- конверсионного маркетинга
- ремаркетинга
- стимулирующего маркетинга
- противодействующего маркетинга

21. Продолжите фразу: «Комплекс маркетинга в отношении услуг...»

- не отличается от комплекса маркетинга для товаров
- из «4P» маркетинга товаров инструмент «Place» заменяется инструментом «Personal»
- в дополнение к «4P» имеет еще 3 «P»
- включает сегментацию по искомой выгоде

22. Комплекс маркетинга включает следующие элементы:

- товар, цена, продвижение, распределение
- реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, личные продажи
- товар, реклама, продажи, исследования
- сбыт, товародвижение, распределение, продажа

23. Используя маркетинг, предприятие:

- изучает рынок
- проводит рекламу

- обеспечивает доставку необходимых товаров в определенное место и в приемлемое время
- направляет всю свою деятельность на удовлетворение потребностей покупателей и потребителей

24. Комплекс маркетинга включает:

- рекламу, цену, товар, упаковку
- товар, распределение, цену, коммуникацию
- товарный знак, упаковку, цену, распределение
- рекламу, личную продажу, общественные связи, стимулирование продаж

25. Какое из указанных определений соответствует маркетинговому пониманию рынка?

- рынок – это население данного региона
- рынок – это совокупность потребителей со сходными потребностями
- рынок – это часть потребителей, интересующаяся товарами вашей фирмы
- рынок – это потребители, которые имеют финансовые возможности для приобретения товара

26. Основной целью концепции интенсификации маркетинговых усилий является:

- наиболее полно удовлетворить потребности потребителей
- снизить производственные издержки
- получить максимальную прибыль от реализации товаров
- способствовать позитивному развитию общества

27. Процесс покупательского поведения предполагает оценку товара после совершения покупки, которая может выражаться удовлетворением или этой реакцией потребителя:

- когнитивным диссонансом
- усилением мотивации
- осознанием потребности
- оценкой альтернатив

28. Целью функционирования маркетинговой информационной системы является:

- разработка плана маркетинга
- реализация маркетинговой стратегии управления
- сбор и обработка информации
- предоставление маркетинговой информации для принятия управленческих решений

29. Ниже приведены цели проведения маркетингового исследования методом наблюдения. Исключите лишнее:

- изучение предпочтений потребителей в отношении разных марок товаров
- изучение процесса использования товара потребителем
- изучение отношения потребителей торговой марки
- изучение процесса выбора товара потребителем на витрине магазина

30. Реальная ценность маркетингового исследования для организации заключается в следующем:

- немедленного увеличения прибыли
- затраченного времени и стоимости исследования
- улучшения возможностей принятия стратегических и тактических маркетинговых решений

-увеличения объема продаж или рыночной доли

Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности

МДК.02.03 Маркетинг

Формируемые компетенции – Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8.

1. При определении цены на основе ориентации на спрос целесообразно использовать следующие показатели:
 - эластичность спроса по цене
 - перекрестную эластичность
 - постоянные затраты
 - предельные затраты

2. При определении цены методов ориентации на затраты используют следующие виды предельных цен:
 - целевая цена
 - цена безубыточности
 - оптимальная цена
 - желательная цена

3. В соответствии с матрицей «Бостонской консалтинговой группы» товар с быстро растущим спросом на высоко конкурентном рынке относится к этой группе:
 - «Звезды»
 - «Дойные коровы»
 - «Собаки»
 - «Трудные дети»

4. Определите наиболее вероятное положение товара в матрице «Бостонской консалтинговой группы»: виниловые пластинки
 - «Звезды»
 - «Дойные коровы»
 - «Собаки»
 - «Трудные дети»

5. Определите, какие инструменты и стратегии целесообразно использовать при продаже массовых однородных товаров:
 - использование стратегии низких цен
 - использование интенсивного сбыта
 - индивидуальные торговые марки
 - дифференцированное ценообразование

6. Для товаров предварительного выбора наиболее предпочтительными вариантами интенсивности сбыта являются:
 - интенсивный сбыт
 - экстенсивный сбыт
 - селективный сбыт
 - эксклюзивный сбыт

7. Для оценки степени удовлетворенности потребителей товарами и услугами компании необходимо использовать следующий метод:
- индекс лояльности потребителей
 - эластичность спроса
 - GAP-анализ
 - матрица БКГ
8. В распределении используется система проталкивания. Какое из положений соответствует сущности ее:
- самостоятельное стимулирование потребителя
 - розничные торговцы покупают товар у производителя
 - производитель получает достаточно большое число торговых точек
 - концентрация усилий на торговых посредниках
9. Какой из факторов в большей степени характеризует косвенный канал:
- велика концентрация потребителей
 - нужны комплектные поставки
 - велика потребность в техобслуживании
 - товар узкоспециализированный
10. Какое из следующих обстоятельств делают наиболее привлекательным эксклюзивное распределение:
- возможность увеличения оборота
 - возможность продажи товара там, где он покупается
 - снижение затрат на распределение
 - усиление престижности товара
11. Какая из приведенных характеристик наиболее точно характеризует прямой канал:
- продажа товаров потребителям с помощью одноуровневого канала распределения
 - продажа товаров оптово-посреднической фирмой мелкооптовому магазину
 - поставка товаров предприятием изготовителем конечному потребителю
 - поставка товаров магазином конечному потребителю
12. Какое из положений соответствует сущности системы проталкивания?
- преобладает в длинном канале
 - концентрация усилий на торговле
 - увеличение прибыльности товара за счет торговых наценок
 - преобладает в коротком канале
13. Выберите наиболее эффективный канал распространения рекламы с точки зрения широты охвата аудитории:
- телевидение
 - баннер
 - радио
 - журнал
14. Перекрестная эластичность спроса помогает оценить:
- изменение спроса на дополнительные товары
 - зависимость спроса от изменения цен на товары-заменители
 - влияние доходов потребителя на спрос
 - влияние изменения цены на спрос на товар

15. Одной из базовых технологий маркетинга является сегментация. Выберите утверждение наиболее точно определяющее ее.

- выделение целевых групп потребителей, характеризующихся однородностью вкусов, предпочтений, поведения в отношении предлагаемых предприятием товаров и услуг
- выделение долей производителей на рынке
- выделение товарных групп, пользующихся наиболее высоким спросом на рынке
- выделение целевых групп потребителей по географическому признаку

16. Позиционирование товара – это технология маркетинговой деятельности, которая позволяет:

- определить основные потребительские свойства товара и сравнить их с аналогичными свойствами товара-конкурента
- анализировать комплекс рыночной политики предприятия в отношении товара
- определить потенциальных потребителей товара
- формировать позицию товара в сознании потенциальных покупателей по отношению к товарам конкурентов

17. Какие из перечисленных целей относятся к товарной политике торговой организации:

- удовлетворение запросов потребителей
- оптимизация использования опыта фирмы
- определение цен на товары
- оптимизация финансовых результатов

18. Мультиатрибутивная модель товара опирается на понятие «уровень товара», которое можно определить следующим образом:

- это наличие нескольких упаковок товара
- это позиции, с которых рассматриваются характеристики товара
- это сорт товара, его качество
- это определенные стадии производства товара

19. Решения по наращиванию товарного ассортимента предполагают:

- отказ от производства устаревших товаров и сокращение ассортимента
- углубление ассортимента за счет новых вариантов продукции
- создание новых товаров и услуг, расширение ассортимента
- модернизация товаров и услуг, придание им новых эмоциональных и функциональных характеристик

20. Индивидуальная стратегия развития торговых марок предполагает:

- использование корпоративного названия для всех продуктов компании
- создание семейных или зонтичных марок
- разработку персональных названий для каждого отдельного товара
- собственные усилия производителя по созданию и продвижению марки

21. Контроль торговых марок предполагают следующие варианты действий:

- самостоятельную разработку торговых марок предприятиями-производителями
- размещение торговыми сетями заказов на производство товаров и создание собственных торговых марок
- повышение стоимости торговой марки как нематериального актива компании
- правовую защиту торговой марки от некорректного использования и заимствования

22. Выберите наиболее достоверные утверждения «Стоимость торговой марки представляет собой...»:

- нематериальные активы организации
- невозможно измерить и достоверно оценить
- дополнительных доход по сравнению с продажами немарочных товаров
- определяет успех компании на рынке

23. Маркетинговые коммуникации в розничном торговом предприятии включают:

- рекламные коммуникации
- разработку нового товара
- стимулирование торгового персонала оптовой организации
- оценку конкурентоспособности торгового предприятия

24. Спрос можно считать эластичным при соблюдении следующего условия:

- при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос
- при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно
- при изменении цены спрос не меняется
- спрос изменяется независимо от цены

25. Поведение потребителя при повседневной покупке характеризуется:

- последовательностью прохождения всех этапов принятия решения о покупке
- высокой продолжительностью процесса принятия решения о покупке
- уменьшением количества и продолжительности этапов
- высоким уровнем значимости товара для потребителя

26. Основное значение внешних факторов в модели покупательского поведения заключается:

- в осознании необходимости покупки
- в поиске информации
- в оказании влияния на критерии выбора и оценку альтернатив
- в определении процесса принятия решения о покупке

27. Определите последовательность этапов разработки новых товаров и услуг.

- 1.поиск новых идей
- 2.оценка вариантов
- 3.создание прототипа
- 4.пробные продажи
- 5.оценка эффекта от реализации товара

28. Определите последовательность этапов маркетинговых исследований.

- 1.определение проблемы исследования
- 2.сбор вторичной информации
- 3.сбор первичной информации
- 4.обработка и анализ информации
- 5.подготовка выводов и рекомендаций

29. Для определения стоимости торговой марки могут быть использованы следующие методы:

- роялти
- дисконтированных денежных потоков

- точки безубыточности
- конкурентного анализа

30. Маркетинговые методы установления базовых цен включают:

- ориентацию на затраты
- ориентацию на потребителя
- ориентацию на поставщика
- ориентацию на собственника

31. Процесс разработки ценовой стратегии включает несколько этапов и элементов.

Какие из перечисленных элементов составляют содержание аналитического этапа?

- финансовый анализ предприятия
- сегментный анализ рынка
- анализ каналов сбыта
- анализ влияния государственного регулирования

32. Определите последовательность этапов принятия решения о покупке:

1. осознание проблемы
2. поиск информации
3. оценка вариантов
4. решение о покупке
5. реакция на покупку

33. Качество товара в маркетинге представляет собой:

- совокупность физических, химических, эргономических и других измеряемых (оцениваемых) характеристик изделий
- характеристика конкурентоспособности товара, степень его отличия от товаров – конкурентов
- степень успешности решения проблем потребителей
- то общее, что ценят в продукте различные покупатели

34. Цену можно охарактеризовать:

- выражение ценности товара
- денежная сумма, взимаемая за конкретный товар
- сумма затрат и прибыли на производство товара
- сумма издержек и прибыли на производство и продвижение товара

35. Одним из важных моментов в системе распределения и продвижения товаров является выбор количества точек продажи. Все ли перечисленные формы имеют место? Исключите лишнее.

- интенсивное распределение
- индивидуальное распределение
- селективное распределение
- эксклюзивное распределение

36. Товар как категория маркетинга представляет собой:

- продукт или услугу, предлагаемую для приобретения и потребления
- все, что используется для удовлетворения потребностей
- продукт или услугу, предлагаемую для потребления
- правильного ответа нет

37. Канал распределения представляет собой:
- способ распространения рекламы
 - совокупность организаций или лиц, способствующих перемещению товара к потребителю
 - способ транспортировки товара
 - процесс товародвижения товара от производителя к потребителю

38. Рекламные коммуникации розничного торгового предприятия включают:
- ценовое стимулирование
 - расстановку оборудования в торговом зале
 - уровень организационной культуры
 - внешнее оформление розничного торгового предприятия

39. Мероприятия по стимулированию торгового персонала — это:
- создание мотивации через материальные и моральные стимулы
 - обучение
 - мерчандайзинг
 - использование собственных торговых марок

40. Основная задача PR:
- стимулировать продажи услуг организации широкой общественности
 - установление и поддержание доброжелательности и взаимопонимания между организацией и общественностью
 - поддерживать другие инструменты коммуникации
 - формировать лояльность потребителей торговой организации

41. Для взаимной увязки колебаний спроса и предложения целесообразно использовать:
- демаркетинг
 - синхромаркетинг
 - ремаркетинг
 - рекламу

42. Спрос на товар (услугу) как категория маркетинга - это:
- нужда в конкретном виде продукции
 - потребность в товаре (услуге)
 - потребность в товаре, который может быть оплачен потребителем
 - все ответы верны
 - правильного ответа нет

43. При использовании метода расчета цены с учетом конкуренции один этап включен ошибочно. Какой?
- анализ цен на рынке
 - анализ возможных реакций конкурентов
 - ориентация на получение целевой прибыли
 - анализ спроса

44. На каком из рынков с наибольшей вероятностью можно наблюдать реализацию ценовой стратегии снятия сливок?
- чистая монополия
 - олигополистический рынок

- рынок чистой конкуренции
- рынок монополистической конкуренции

45. При перечислении задач, решаемых в рамках разработки ценовой линии одна является некорректной:

- установление цен на побочные продукты
- установление соотношений цен основных дополнительных и вспомогательных товаров
- установление неокругленных цен
- определение соотношения цен по номенклатуре

Критерии и шкала оценивания (устный опрос)

Оценка			
«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительно»
Тема раскрыта в полном объеме, высказывания связанные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры. Ответы даны в полном объеме.	Тема раскрыта не в полном объеме, высказывания в основном, связанные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры. Ответы на вопросы даны не в полном объеме.	Тема раскрыта недостаточно, высказывания несвязанные и нелогичные. Научная лексика не использована, не приведены примеры. Ответы на вопросы зависят от помощи со стороны преподавателя.	Тема не раскрыта. Логика изложения, примеры, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.

Критерии и шкала оценивания (выполнение практических задач)

Оценка			
«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительно»
По решению задачи дан правильный ответ и развернутый вывод	По решению задачи дан правильный ответ, но не сделан вывод	По решению задачи дан частичный ответ, не сделан вывод	Задача не решена полностью

Критерии и шкала оценивания (доклады)

Оценка	Критерии оценки доклада
«отлично»	<ol style="list-style-type: none"> 1. Соблюдение формальных требований к докладу 2. Грамотное и полное раскрытие темы; 3. Самостоятельность в работе над докладом (использование докладов из сети Интернет запрещается). 4. Умение работать с учебной, профессиональной литературой. 5. Умение работать с периодической литературой. 6. Умение обобщать, делать выводы.

	<p>7. Умение оформлять библиографические список к докладу в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.1.- 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».</p> <p>8. Соблюдение требований к оформлению доклада.</p> <p>9. Умение кратко изложить основные положения доклада при его защите.</p> <p>10. Иллюстрация защиты доклада с презентацией.</p>
«хорошо»	<p>1. Соблюдение формальных требований к докладу</p> <p>2. Грамотное и полное раскрытие темы;</p> <p>3. Самостоятельность в работе над докладом (использование докладов из сети Интернет запрещается).</p> <p>4. Умение работать с учебной, профессиональной литературой.</p> <p>5. Умение работать с периодической литературой.</p> <p>6. Не полно обобщен и сделан вывод.</p> <p>7. Не точно оформлен библиографический список к докладу в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.1.- 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».</p> <p>8. Не полно соблюдены требования к оформлению доклада.</p> <p>9. Не четко сформированы краткие основные положения доклада при его защите.</p> <p>10. Иллюстрация защиты доклада презентацией.</p>
«удовлетворительно»	<p>1. Соблюдение формальных требований к докладу</p> <p>2. Грамотное и полное раскрытие темы;</p> <p>3. Самостоятельность в работе над докладом (использование докладов из сети Интернет запрещается).</p> <p>4. Не полно изучены учебная, профессиональная литература.</p> <p>5. Не полно изучена периодическая литература.</p> <p>6. Не обобщены и не конкретизированы выводы.</p> <p>7. Не точно оформлен библиографический список к докладу в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.1.- 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».</p> <p>8. Не соблюдены требования к оформлению доклада.</p> <p>9. Не четко сформированы краткие основные положения доклада при его защите.</p> <p>10. Иллюстрация защиты доклада презентацией отсутствует</p>
«неудовлетворительно»	Доклад не представлен по соответствующим критериям оценивания

Критерии и шкала оценивания (тестирование)

Число правильных ответов	Оценка
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»

70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»
51-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»
Менее 50% правильных Ответов	Оценка «неудовлетворительно»

7.4.2. Комплект оценочных средств для промежуточной аттестации Примерные вопросы к экзамену

Раздел 1. Основы финансовой системы и налогообложения МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9

1. Становление и развитие налогообложения.
2. Экономическая сущность налогов.
3. Принципы и методы налогообложения.
4. Функции налогов.
5. Классификация налогов.
6. Роль налогов в формировании бюджета государства.
7. Налоговая система РФ
8. Понятие налоговой системы.
9. Состав и структура налоговой системы РФ.
10. Принципы построения налоговой системы.
11. Законодательство о налогах и сборах.
12. Понятие налога, сбора страховых взносов.
13. Элементы налога.
14. Виды налогов и сборов в РФ.
15. Федеральные налоги и сборы.
16. Региональные налоги и сборы.
17. Местные налоги и сборы.
18. Специальные налоговые режимы.
19. Страховые взносы в РФ.
20. Участники отношений, регулируемых законодательством о налогах и сборах.
21. Налогоплательщики, плательщики сборов, плательщики страховых взносов.
22. Налоговые агенты.
23. Взаимозависимые лица.
24. Права налогоплательщиков (плательщиков сборов, страховых взносов).
25. Обязанности налогоплательщиков (плательщиков сборов, страховых взносов).
26. Полномочия таможенных органов и обязанности их должностных лиц в области налогообложения и сборов.
27. Полномочия финансовых органов в области налогов, сборов, страховых взносов.
28. Полномочия органов внутренних дел, следственных органов.
29. Полномочия и функции ФНС России.
30. Структура Федеральной налоговой службы.

31. Права налоговых органов.
32. Обязанности налоговых органов.
33. Возникновение, изменение и прекращение обязанности по уплате налога, сбора, страховых взносов.
34. Исполнение обязанности по уплате налога, сбора, страховых взносов.
35. Взыскание налога, сбора, страховых взносов, а также пеней, штрафа за счет денежных средств на счетах налогоплательщика, за счет иного имущества (плательщика сбора, плательщика страховых взносов).
36. Порядок исчисления налога, страховых взносов.
37. Налоговая база и налоговая ставка, размеры сборов.
38. Налоговый период.
39. Установление и использование льгот по налогам и сборам.
40. Сроки уплаты налогов, сборов, страховых взносов.
41. Порядок уплаты налогов, сборов, страховых взносов.
42. Изменения срока уплаты налога, сбора, страховых взносов, а также пени и штрафа.
43. Способы обеспечения исполнения обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов.
44. Зачет или возврат сумм излишне уплаченных или излишне взысканных сумм налога, сбора, страховых взносов, пеней, штрафа.
45. Понятие и формы налогового контроля.
46. Учет организаций и физических лиц в налоговых органах.
47. Налоговые проверки: виды, особенности проведения.
48. Оформление результатов налоговой проверки.
49. Налоговый контроль в форме налогового мониторинга.
50. Понятие налогового правонарушения.
51. Виды налоговых правонарушений.
52. Ответственность за совершение налоговых правонарушений
53. Необходимость финансов в условиях товарного производства. Причины, порождающие функционирование финансов.
54. Место финансов в системе денежных отношений. Взаимосвязь финансов с другими экономическими категориями.
55. Понятие финансового механизма и его значение в реализации финансовой политики государства.
56. История становления и развития финансовой системы России.
57. Сущность финансов коммерческих организаций, их место и роль в финансовой системе государства.
58. Влияние на организацию финансов хозяйствующих субъектов отраслевых особенностей и организационно-правовых форм.
59. Источники и направления использования финансовых ресурсов коммерческих организаций.
60. Прибыль предприятия как основной результат его финансово-хозяйственной деятельности.
61. Понятие финансовой устойчивости организации и факторы, влияющие на нее.
62. Финансовые аспекты несостоятельности (банкротства) организации.
63. Особенности организации финансов кредитных учреждений.
64. Особенности организации финансов страховых компаний.
65. Особенности организации финансов некоммерческих организаций.
66. Источники финансовых ресурсов некоммерческих организаций, направления их использования.
67. Финансы потребительских кооперативов (общественных организаций, ассоциаций и союзов, фондов, религиозных организаций и пр.).

68. Модели организации государственных и муниципальных финансов в федеративных и унитарных государствах.
69. Роль государственных финансовых ресурсов в социально-экономическом развитии общества.
70. Бюджетная система государства и принципы ее построения.
71. Межбюджетные отношения: экономическое содержание, формы организации.
72. Доходы бюджетов: экономическое содержание, виды и их характеристика.
73. Экономическое содержание и значение расходов бюджетов. Классификация расходов бюджетов.
74. Проблема сбалансированности бюджетов.
75. Пенсионный фонд РФ: сущность, значение, источники формирования ресурсов.
76. Проблемы развития негосударственного пенсионного страхования в РФ.
77. Фонд социального страхования РФ: сущность, значение, виды социального обеспечения в России.
78. Система обязательного медицинского страхования в РФ: содержание, назначение, источники средств, виды финансируемых затрат.
79. Развитие добровольного медицинского страхования в России.
80. Понятие и структура финансовых ресурсов коммерческих организаций.
81. Прибыль как основной источник финансовых ресурсов коммерческой организации.
82. Роль амортизации в процессе воспроизводства основного капитала коммерческой организации.
83. Заемный капитал и его роль в формировании финансовых ресурсов фирмы.
84. Финансовые ресурсы домашних хозяйств.
85. Финансовые ресурсы государства: источники и виды.
86. Роль государственных финансовых ресурсов в развитии экономики.
87. Государственное регулирование финансового рынка в РФ.
88. Рынок ценных бумаг как основной элемент финансового рынка, особенности его развития в России.
89. Счетная палата РФ, ее функции и роль в осуществлении финансового контроля.
90. Министерство финансов РФ, его задачи и функции.
91. Федеральное казначейство РФ, его функции и роль в осуществлении финансового контроля.
92. Федеральная налоговая служба РФ, ее задачи, функции и оценка эффективности деятельности.
93. Банк России, как мегарегулятор операций на финансовом рынке.

Раздел 2. Технологии в организации и проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности

МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.1 - ПК 2.4, ПК 2.8, ПК 2.9

1. Анализ рентабельности инвестированного капитала. Основные источники резервов роста прибыли и рентабельности.
2. Оценка распределения прибыли предприятия. Факторы, определяющие размер отчислений в фонды предприятия.
3. Анализ использования средств фондов накопления и потребления;

4. Понятие, значение и задачи анализа финансового состояния предприятия (ФСП). Внутренний и внешний анализ. Бухгалтерский баланс предприятия, его содержание, бухгалтерский и управленческий аспекты;
5. Анализ активов предприятия. Признаки группировки статей актива баланса;
6. Предварительная оценка ФСП на основе данных актива баланса. Анализ ФСП на основе показателей актива баланса. Детализированная оценка ФСП на основе данных вертикального и горизонтального анализа актива баланса;
7. Анализ пассивов предприятия. Признаки группировки статей актива баланса;
8. Анализ финансовой устойчивости предприятия на основе показателей пассива баланса;
9. Анализ взаимосвязи актива и пассива баланса. Оценка финансовой устойчивости предприятия. Анализ ликвидности баланса предприятия. Оценка вероятности банкротства предприятия;
10. Экономическая эффективность (эффект) при принятии коммерческих решений как составная часть общей экономической эффективности (эффекта) деятельности предприятия;
11. Факторы, определяющие экономическую эффективность (эффект) при принятии коммерческих решений;
12. Показатели экономической эффективности (эффект) при принятии коммерческих решений.
13. Анализ состава, динамики и выполнения плана балансовой прибыли. Факторы, формирующие балансовую прибыль предприятия. Нейтрализация инфляционного фактора при анализе финансовых результатов;
14. Анализ финансовых результатов от реализации продукции, работ и услуг;
15. Методика факторного анализа прибыли от реализации продукции в целом и отдельных ее видов;
16. Анализ финансовых результатов от прочих видов деятельности. Основные источники внереализационных финансовых результатов. Методика их анализа;
17. Анализ рентабельности деятельности предприятия;
18. Методика факторного анализа рентабельности производственной и предпринимательской деятельности.

Раздел 3. Содержание и основные методы маркетинга

МДК.02.03 Маркетинг

Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК 09, ПК 2.3 - ПК 2.8.

1. Сущность маркетинга и его основные понятия.
2. Задачи маркетинга в зависимости от состояния спроса.
3. Концепции управления маркетингом.
4. Состояние спроса и соответствующие задачи маркетинга.
5. Классификация видов маркетинга.
6. Функции маркетинга.
7. Микросреда компании.
8. Макросреда компании.
9. Влияние факторов культуры на поведение покупателя.
10. Влияние социальных факторов на поведение покупателя.
11. Влияние личностных факторов на поведение покупателя.
12. Влияние психологических факторов на поведение покупателя.
13. Типы покупательского поведения.
14. Деловой рынок и поведение деловых покупателей.
15. Понятие и структура маркетингового исследования.
16. Методы сбора данных.

17. Маркетинговая информационная система.
18. Измерение текущего рыночного спроса.
19. Прогнозирование спроса.
20. Понятие и значение сегментации.
21. Критерии сегментации потребительского рынка.
22. Критерии сегментации промышленного рынка.
23. Процесс принятия решения о покупке и роль маркетинга.
24. Оценка и выбор целевых рынков.
25. Стратегии позиционирования товаров.

Раздел 4. Маркетинговая политика и организация деятельности
МДК.02.03 Маркетинг
Формируемые компетенции – Формируемые компетенции – ОК 01 - К 05, ОК
09, ПК 2.3 - ПК 2.8.

1. Содержание товарной политики фирмы. Три уровня товара, классификация товаров и характеристики товарного ассортимента.
2. Управление торговой маркой.
3. Концепция жизненного цикла товара.
4. Цели и стратегии маркетинга на различных стадиях ЖЦТ.
5. Управление портфелями марок товаров с помощью матрицы БКГ.
6. Управление портфелями марок товаров с помощью матрицы "Привлекательность рынка — конкурентная позиция".
7. Стратегии роста Ансоффа.
8. Разработка новых товаров.
9. Экономическая роль и функции каналов сбыта.
10. Критерии выбора производителем каналов сбыта.
11. Структура каналов сбыта.
12. Причины развития и виды координируемых маркетинговых систем распределения (вертикальных и горизонтальных).
13. Сотрудничество и конфликты в каналах распределения.
14. Причины развития и формы прямого маркетинга.
15. Конкурентные стратегии Портера.
16. Роль упаковки в маркетинге, функции упаковки.
17. Предпродажное и послепродажное обслуживание клиентов.
18. Внутренние факторы ценообразования.
19. Внешние факторы ценообразования.
20. Основные методы ценообразования.
21. Стратегии ценообразования на новые товары.
22. Стратегии ценообразования в рамках товарной номенклатуры.
23. Стратегии корректировки цен.
24. Виды рекламы; требования, предъявляемые к рекламе, особенности рекламы на потребительском и промышленном рынках.
25. Понятие и структура маркетингового комплекса продвижения (коммуникаций).
26. Характеристика средств размещения рекламы.
27. Разработка рекламной кампании.
28. Основные способы и задачи стимулирования сбыта.
29. Паблик рилейшнз и пропаганда.
30. Коммуникации с использованием прямого маркетинга.
31. Личные продажи (понятие, значение, этапы эффективной продажи).
32. Организации службы маркетинга.

33. Процесс планирования маркетинга.
34. Особенности маркетинга услуг.
35. Факторы, определяющие организацию маркетинга.

Критерии и шкалы оценивания промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценки (экзамен)

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
<p>1. Полно раскрыто содержание вопросов билета;</p> <p>2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология;</p> <p>3. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;</p> <p>4. Продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированы умения и знания;</p> <p>5. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов.</p>	<p>1. Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки:</p> <p>2. В изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;</p> <p>3. Допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора;</p> <p>4. Допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора.</p>	<p>1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала.</p> <p>2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;</p> <p>3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и знаний.</p>	<p>1. Содержание материала не раскрыто.</p> <p>2. Ошибки в определении понятий, не использовалась терминология в ответе.</p>