

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Золотухина Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.02.2021 19:35:09
Уникальный программный ключ:
ed74cad8f1c19aa426b59e780a391b3e6ee2e1026402f1b3f388bce49d1d570e

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский региональный социально-экономический институт»

Программа утверждена
Ученым советом МРСЭИ
Протокол № 10 от 27.06.2020 г.



Утверждаю

Ректор  Золотухина Е. Н.

27 июня 2020 г.

Рабочая программа профессионального модуля

ОП.19 Менеджмент и маркетинг

Специальность среднего профессионального образования

54.02.01 Дизайн

(по отраслям)

Квалификация - дизайнер

Форма обучения – очная

Рабочая программа по дисциплине «Менеджмент и маркетинг» разработана в соответствии с Федеральным Государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (Зарегистрировано в Минюсте России 24.11.2014 N 34861)

Составитель: Абакарова Патимат Магомедовна – кандидат экономических наук, преподаватель СПО

Рецензент: Апалькова Ирина Юрьевна – кандидат экономических наук, преподаватель СПО

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии № 4 Дисциплин профессионального цикла по специальности 54.02.01 «Дизайн (по отраслям)» Московского регионального социально-экономического института (Протокол № 10 от 27 июня 2020 г.).

©Московский региональный социально-экономический институт, 2020.
142703, г. Видное, ул. Школьная, д. 55 а
© Абакарова П.М.

Содержание

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Ошибка! Закладка не определена.
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ..... 6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Ошибка! Закладка не определена.
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ДИСЦИПЛИНЫ..... 20

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ОП.19 Менеджмент и маркетинг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.19 Менеджмент и маркетинг является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 54.02.01 Дизайн(по отраслям), входящей в укрупненную группу специальностей 54.00.00 изобразительное и прикладные виды искусств, утвержденным Министерством образования и науки Российской Федерации от 27.10.2014 года.№ 1391

1.2 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.19 Менеджмент и маркетинг

входит в *ОП*

Изучение дисциплины ОП.19 Менеджмент и маркетинг базируется на следующих дисциплинах: *«Экономика организации», «Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве)»*

Изучение дисциплины ОП.19 Менеджмент и маркетинг направлено на формирование соответствующих компетенций:

общие компетентности (ОК):

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

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

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

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

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

профессиональными (ПК):

ПК 4.1. Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт.

ПК 4.2. Планировать собственную деятельность.

ПК 4.3. Контролировать сроки и качество выполненных заданий.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.19 Менеджмент и маркетинг может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке в организациях и проведение работ по проектированию художественно-технической, предметно-пространственной, производственной и социально-культурной среды, максимально приспособленной к нуждам различных категорий потребителей; при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.3 Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины ОП.19 Менеджмент и маркетинг студенты должны:

уметь:

- составлять финансовые документы и отчёты;
- осуществлять денежные расчёты;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приёмы 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 расчёта основных видов налогов;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приёмы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров; маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом.

1.4 Количество часов, отведенных на освоение программы учебной дисциплины

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **67** часов, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **45** часа; самостоятельной работы обучающегося – **22** часов;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>67</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	<i>45</i>
в том числе:	
лабораторные занятия	
практические занятия	<i>45</i>

контрольные работы	
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	22
в том числе:	
внеаудиторная самостоятельная работа	22
<i>Промежуточная аттестация</i> – зачет	

2.2 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Менеджмент и маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 Теоретические основы менеджмента			
Тема 1.1 Сущность, характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала	3	1
	Сущность менеджмента. Значение менеджмента в условиях рынка. Профессиональный характер управленческой деятельности. Ролевой и личностный аспект взаимодействия человека и организации. Характерные черты современного менеджмента.	1	
	Практическое занятие	1	
	Предприятия и организации как объект менеджмента		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Сравнительный анализ зарубежного опыта в менеджменте		
Тема 1.2 Эволюция менеджмента	Содержание учебного материала	3	
	История развития менеджмента. Предпосылки возникновения менеджмента. Подходы в менеджменте на основе выделения различных школ.	1	1

	Современная школа управления. Современные подходы в менеджменте: процессный, системный и ситуационный; их сущность и основные отличия.		
	Практическое занятие	2	
	Школы управления и современные подходы к менеджменту.		
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Сравнительный анализ подходов в менеджменте с точки зрения их различий		
Тема 1.3 Организация как объект менеджмента	Содержание учебного материала	4	1
	Организация как объект менеджмента. Виды организаций. Органы управления. Основные виды структур управления, их преимущества и недостатки. Внутренняя среда организации. Основные переменные, характеризующую внутреннюю среду. Внешняя среда организации. Среда прямого и косвенного воздействия. Характеристики факторов воздействия внешней среды.	1	
	Практическое занятие		
	Составление структур управления организаций с использованием исходных данных. Анализ и оценка составленных структур управления.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Доклад на тему: «Основные принципы построения организационных структур».		
Тема 1.4 Методы управления			

	Содержание учебного материала	4	2	
	Сущность и понятия методов управления, их классификация. Регламентирующие и стимулирующие методы управления: виды и характеристика. Система методов управления.	1		
	Практическое занятие	2		
	Формы проявления административных методов. Разработка примеров.			
	Самостоятельная работа обучающихся	1		
	Сравнительный анализ таблиц социально-психологических методов управления с учетом потребностей, мотивов, учета личных характеристик, способов психологического воздействия и социальных методов управления.			
Раздел 2 Цикл менеджмента и его составляющие				
Тема 2.1 Планирование в системе менеджмента	Содержание учебного материала	4	2	
	Планирование как одна из функций менеджмента. Задачи, принципы и основные стадии планирования. Виды планов по срокам и по функциональному принципу. Понятие стратегии и стратегического планирования. Модель процесса стратегического планирования. Тактическое планирование. Реализация планов.	1		
	Практическое занятие	2		
	Обсуждение основных положений теории стратегического управления.			
	Самостоятельная работа обучающихся	1		

	Выбор стратегии, планирование ее организации и оценка. Оформить конспект		
Тема 2.2 Организация взаимодействия	Содержание учебного материала	4	2
	Организация работы фирмы, ее этапы: распределение работы, группировка задач в логические блоки, координация работ. Виды организации: вертикальная, горизонтальная, матричная. Делегирование, ответственность, полномочия. Баланс ответственности и полномочий. Эффективная организация распределения полномочий.	1	
	Практическое занятие	2	
	Повышение качества трудовой жизни в организации. Составление должностной инструкции менеджера.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Подготовка сообщения на тему: Характеристика типов организации по взаимодействию с внешней средой.		
Тема 2.3 Мотивация как функция менеджмента	Содержание учебного материала	3	2
	Понятие и сущность мотивации. Критерии мотивации. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Принципы мотивации.	1	
	Практическое занятие	1	
	Оценка значимости отдельных потребностей покупателей.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Подготовка сообщения на тему: Комплексная процессуальная теория мотивации.		
	Содержание учебного материала	3	2
	Понятие, сущность и необходимость контроля.	1	

Тема 2.4 Контроль и способы его осуществления	Этапы контроля. Правила контроля. Предварительный, текущий и заключительный контроль. Эффективный контроль и его характеристики.		
	Практическое занятие	1	
	Описание по каждой стадии процесса контроля над деятельностью менеджера конкретной торговой организации при подборе кадров.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Поведенческие аспекты контроля. Оформить конспект.		
Раздел 3 Стратегический менеджмент			
Тема 3.1 Миссия и цели организации. Ценности и цели высшего руководства	Содержание учебного материала	5	2
	Миссия организации: понятие, функции. Цели организации: понятие, классификация, процесс определения целей, общие ценности и принципы высшего руководства организации. Цепочка ценностей. Выработка целей высшего руководства организации.	1	
	Практическое занятие	2	
	Составить модель процесса стратегического планирования.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	Подготовка схемы на тему: Стратегический план организации. Разработка стратегии		
Тема 3.2 Сущность стратегического управления.	Содержание учебного материала	3	2
	Понятие и сущность стратегического менеджмента. Стратегическое управление и стратегическое планирование. Сущность, функции и принципы стратегического планирования. Способы иерархической	1	

Стратегическое планирование	координации планирования. Проблемы планирования и обеспечения успеха организации.		
	Практическое занятие	1	
	Выработка миссии организации и формулирование цели.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Определить миссию коммерческих, некоммерческих и малых предприятий. Оформить в виде отчета.		
Тема 3.3 Стратегические альтернативы	Содержание учебного материала	4	2
	Альтернативные стратегии на основе СВOT-матрицы. Изучение стратегических альтернатив. Шаги планирования. Общие стратегические концепции. Конкурентная стратегия. Стратегия маркетинга. Процесс выбора стратегии и его основные этапы. Основные области выработки стратегии поведения организации на рынке. Стратегии развития бизнеса.	1	
	Практическое занятие	2	
	Выбор стратегии организации на основе SWOT-анализа.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Подготовка таблицы на тему: Определить различия локальных и глобальных стратегий. Определить преимущества и недостатки методов обследования SWOT.		
Тема 3.4 Реализация стратегического плана	Содержание учебного материала	4	2
	Этапы реализации стратегического плана.	1	

организации, его контроль и оценка	Контроль и оценка стратегического плана. Значение непрерывной оценки стратегического плана для долгосрочного успеха организации. Количественные и качественные критерии оценки стратегии.		
	Практическое занятие	2	
	Разработка стратегической программы организации. Составление внутреннего бизнес-плана организации.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Подготовка доклада на тему: Сущность бизнес-плана, его структура и значение.		
Раздел 4 Связующие процессы в менеджменте			
Тема 4.1 Коммуникации в менеджменте	Содержание учебного материала	3	2
	Понятие коммуникации. Сущность и виды коммуникаций. Процесс коммуникации и его основные элементы. Шум в информационной системе. Межличностная коммуникация. Эффективная коммуникация. Транзакты и их формы.	1	
	Практическое занятие	1	
	Построение схем транзакций и определение их значимости в межличностных отношениях.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
	Подготовка сообщения на тему: Три состояния человека, характеристика этих состояний. Формы транзактов.		
	Содержание учебного материала	3	2

Тема 4.2 Принятие управленческих решений	Процесс принятия решений. Типы решений и требования, предъявляемые к ним. Методы принятия решений: платежная матрица и дерево решений. Уровни принятия решений. Этапы принятия управленческих решений.	1	
	Практическое занятие	1	
	Решение конкретных хозяйственных ситуаций. Анализ решений.		
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Поведенческие аспекты контроля. Оформить конспект.	1	
Тема 4.3 Деловое общение	Содержание учебного материала	5	2
	Деловое общение. Организация проведения деловых совещаний и переговоров. Основные типы собеседников. Фазы делового общения. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.	1	
	Практическое занятие	2	
	Составить планы проведения совещания, переговоров. Анализ составленных планов.		
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Условия эффективного общения. Правила ведения переговоров. Абстрактные типы собеседников. Написать доклады на предложенные темы.	2	
Тема 4.4 Руководство: власть и партнерство	Содержание учебного материала	4	2
	Власть и влияние. Виды власти. Лидерство и власть. Источники власти. Методы влияния, их содержание. Стили управления. Самоменеджмент.	1	
	Практическое занятие	2	
	Значение власти и партнерства. Самоменеджмент.		
	Самостоятельная работа обучающихся	1	

	Подготовка схемы на тему: Формы построения взаимодействий с партнерами. Оформить конспект.		
Раздел 5. Маркетинг. Подготовка сообщения на тему: Комплексная процессуальная теория мотивации.			
Тема 5.1. Теоретические основы маркетинга	Содержание учебного материала	4	2
	<p>Предмет, цели и задачи маркетинга.</p> <p>Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. История и основные этапы развития маркетинга. Необходимость совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличия. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этический маркетинг.</p> <p>Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу.</p> <p>Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Разновидности макросреды. Конъюнктура рынка.</p> <p>Контроль и регулирование спроса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий</p>	1	

	<p>Практические занятия</p> <p>Выявление основных видов потребностей, а также удовлетворяющих их товаров и услуг.</p> <p>Решение ситуационных задач.</p> <p>Проведение анализа окружающей среды предприятия сферы услуг (на конкретном примере).</p> <p>Подбор методов воздействия на уровень спроса (на конкретном примере)</p>	1	
	<p>Самостоятельная работа</p> <p>Работа с конспектами лекций.</p> <p>Работа с нормативными документами.</p> <p>Подготовка докладов, презентаций на заданные темы.</p> <p>Выполнение индивидуальных заданий.</p> <p>Решение ситуационных задач</p>	2	
Тема 5.2. Маркетинговая деятельность фирмы	Содержание учебного материала	6	2

	<p>Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов.</p> <p>Основные приёмы маркетинга. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. Позиционирование – выбор и реализация стратегии.</p> <p>Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов. Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании рекламы. Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка рекламы. Бюджет рекламы. Организация рекламной кампании. Связи с общественностью. Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен. Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика – её цели и задачи. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики</p>	2	
--	--	---	--

Тема 5.3. Маркетинговая деятельность фирмы	<p>Практические занятия</p> <p>Выполнение анализа маркетинговой информации. Решение ситуационных задач.</p> <p>Выполнение анализа целевого рынка. Решение ситуационных задач по темам: «Сегментирование рынка определённого товара на основе географического и демографического принципа», «Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа».</p> <p>Оценка сильных и слабых сторон конкурентов (на примере конкретной ситуации).</p> <p>Формирование конкурентной стратегии (на примере конкретной ситуации).</p> <p>Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности.</p> <p>Выполнение анализа ценовой политики организации.</p> <p>Выбор средств стимулирования объекта для конкретного товара, услуги</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа</p> <p>Работа с конспектами лекций.</p> <p>Работа с нормативными документами.</p> <p>Подготовка докладов, презентаций на заданные темы.</p> <p>Выполнение индивидуальных заданий.</p> <p>Решение ситуационных задач</p>	2	
Всего		67	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы модуля предполагает наличие учебный кабинет менеджмента (для проведения лекций и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации)

Учебные места, рабочее место преподавателя, мультимедийный проектор, ноутбук, экран, учебная доска, наглядные учебные пособия по дисциплине, плакаты, дидактические средства обучения

Office Professional Plus 2016 Russian OLP NL Academic Edition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт предоставления прав № Tr035773 от 22 июля 2016 года, АО «СофтЛайн Трейд»

Программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013

Google Chrome – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

Adobe Acrobat Reader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно

7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

3.2 Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. Финансы, налоги и налогообложение : учебник / Бондарева Н.А., под ред., Андреева М.Ю., Плясова С.В., Труфанова С.А., Созаева Д.А. — Москва : КноРус, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-406-07868-6. — URL:

<https://book.ru/book/938464>

2. Кувшинов, М.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / Кувшинов М.С., Хазанович Э.С. — Москва : КноРус, 2021. — 271 с. — ISBN 978-5-406-08097-9. — URL: <https://book.ru/book/939065>

3. Парамонова, Т.Н. Маркетинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 189 с. — ISBN 978-5-406-07433-6. — URL: <https://book.ru/book/932563>

4. Ковалева, Т.М. Финансы, денежное обращение и кредит.: учебник / Ковалева Т.М. и др. — Москва : КноРус, 2019. — 168 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06551-8. — URL: <https://book.ru/book/930019>

5. Казначевская, Г.Б. Менеджмент.: учебник / Казначевская Г.Б. — Москва : КноРус, 2019. — 240 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06561-7. — URL: <https://book.ru/book/931163>

6. Костылев С.В. Этика и аксиология арт-менеджмента в сфере культуры и искусства. Теория, методология, практика : монография / Костылев С.В., Викторук Е.Н. — Москва : Русайнс, 2020. — 171 с. — ISBN 978-5-4365-5410-5. — URL: <https://book.ru/book/939186>

Дополнительная литература:

7. Финансы и кредит. : учебное пособие / Лаврушин О.И. под ред. и др. — Москва : КноРус, 2020. — 315 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07339-1. — URL: <https://book.ru/book/932286>

8. Борисова, Е.В. Учебно-практическое пособие «сборник задач по экономическому анализу: учебно-практическое пособие / Борисова Е.В., Агапова Т.Н. — Москва : Русайнс, 2017. — 164 с. — ISBN 978-5-4365-2002-5. — URL: <https://book.ru/book/924097>

9. Парамонова, Т.Н. Маркетинг. : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 189 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07433 — URL: <https://book.ru/book/932563>

10. Грибов, В.Д. Основы маркетинга сферы услуг. : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2019. — 168 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06869— URL: <https://book.ru/book/930999>

11. Ильина, В.Н. Налоги и налогообложение. + еПриложение: Тесты : учебное пособие / Ильина В.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 221 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07448-0. — URL: <https://book.ru/book/932584>

12. Гавель, О.Ю. Экономический анализ в схемах и определениях : учебное пособие / Гавель О.Ю. — Москва : Русайнс, 2020. — 374 с. — ISBN 978-5-4365-2600-3. — URL: <https://book.ru/book/933654>

13. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум : учебно-практическое пособие / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2020. — 193 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07727-6. — URL: <https://book.ru/book/933583>

14. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Учебник+е-Приложение : учебник / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2019. — 246 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06870-0. — URL: <https://book.ru/book/931838>

15. Грибов, В.Д. Менеджмент. : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2019. — 275 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07025-3. — URL: <https://book.ru/book/931410>

16. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Учебник+е-Приложение : учебник / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2019. — 246 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06870-0. — URL: <https://book.ru/book/931838>

Интернет-ресурсы:

1. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" – <http://window.edu.ru/>

2. www.biblioclub.ru;

3. www.book.ru.

4. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.minfin.ru

5. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nalog.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

По итогам изучения курса предусмотрен *форма контроля (зачет)*.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Коды формируемых профессиональных и общих компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составлять финансовые документы и отчёты; • осуществлять денежные расчёты; • пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения; • рассчитывать основные налоги; • анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; • применять методы и приёмы 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 	<p>ПК 4.1. Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт.</p> <p>ПК 4.2. Планировать собственную деятельность.</p> <p>ПК 4.3. Контролировать сроки и качество выполненных заданий.</p>	<p>Устный опрос</p>