

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Институт экономики и предпринимательства

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

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

**Квалификация выпускника  
менеджер по продажам**

**Форма обучения  
Очная, заочная**

## Область применения программы

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

– организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.  
и соответствующих

*общих компетенций (ОК):*

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

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

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

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

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

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

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

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

*профессиональных компетенций (ПК):*

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

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

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

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

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

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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

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

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

## Контрольно-оценочные материалы для экзамена (квалификационного)

Экзамен (квалификационный) предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля.

Экзамен включает выполнение комплексного задания.

Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен».

При принятии решения об итоговой оценке по профессиональному модулю учитывается роль оцениваемых показателей для выполнения вида профессиональной деятельности, освоение которого проверяется.

При отрицательном заключении хотя бы по одному показателю оценки результата освоения профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен».

Экзамен включает выполнение комплексного практического задания, состоящего из двух частей: часть А – тестовое задание и часть Б – практическое задание. Часть А является теоретической, часть Б – практическая часть заданий.

Для подготовки к квалификационному экзамену необходимо подготовиться по следующим вопросам.

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

1. Понятие и сущность финансов. Основные финансовые категории.
2. Финансовая система и ее структура.
3. Сущность государственной финансовой политики.
4. Расходы бюджета. Бюджетная политика государства в области расходов.
5. Финансы предприятий и их функции.
6. Понятие налога и сбора по НК РФ.
7. Классификации налогов.
8. Плательщики НДС. Объект налогообложения и облагаемый оборот по НДС.
9. Налоговая база по НДС. Ставки и льготы по НДС.
10. Порядок исчисления и сроки уплаты НДС.
11. Плательщики налога на прибыль организаций. Объект налогообложения и налоговая база по налогу на прибыль. Величина ставок налога на прибыль организаций.
12. Порядок исчисления и сроки уплаты налога на прибыль.
13. Плательщики НДФЛ. Объект налогообложения и определение налоговой базы по НДФЛ.
14. Классификация ставок НДФЛ. Налоговые вычеты по НДФЛ.
15. Порядок исчисления и сроки уплаты НДФЛ в бюджет.
16. Акцизы, порядок их исчисления.
17. Налог на имущество организаций.
18. Транспортный налог.
19. Земельный налог.
20. Налог на имущество физических лиц.
21. Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности.
22. Упрощенная система налогообложения.
23. Единый сельскохозяйственный налог.
24. Система показателей, характеризующих деятельность организации.
25. Анализ оптимальности объема производства продукции и реализации, исходя из конъюнктуры рынка и производственных возможностей организации.
26. Анализ объема и ассортимента продукции.
27. Анализ качества продукции.
28. Анализ конкурентоспособности продукции.
29. Анализ влияния структурных сдвигов на отдельные экономические показатели.
30. Анализ ритмичности производства продукции.
31. Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами.
32. Анализ влияния экстенсивных и интенсивных факторов на изменение среднегодовой выработки рабочих.
33. Анализ производительности труда.
34. Анализ и определение влияния трудовых факторов на объем выпуска продукции.
35. Анализ движения, состава и структуры основных средств и их технического состояния.
36. Анализ фондоотдачи.
37. Анализ материалоемкости продукции.

38. Анализ частных показателей эффективности использования материальных ресурсов.
39. Анализ влияния возвратных отходов на изменение объема выпуска продукции.
40. Анализ объема продаж продукции и факторов, ее определяющих.
41. Анализ резервов роста объема продаж.
42. Факторный анализ затрат в расчете на рубль продукции.
43. Анализ материальных затрат в себестоимости продукции.
44. Анализ затрат на заработную плату.
45. Анализ комплексных статей затрат в себестоимости продукции.
46. Анализ уровня и динамики финансовых результатов организации.
47. Факторный анализ прибыли от продаж.
48. Анализ резервов роста прибыли.
49. Анализ рентабельности вложений в имущество организации.
50. Анализ рентабельности реализованной продукции.
51. Анализ рентабельности производства.
52. Анализ рентабельности отдельных изделий
53. Анализ порога рентабельности и запаса финансовой устойчивости.
54. Анализ рациональности состава и структуры имущества организации.
55. Анализ состояния запасов и затрат организации.
56. Анализ состава и структуры источников средств.
57. Анализ платежеспособности и ликвидности организации.
58. Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости.
59. Оценка и классификация финансовой ситуации по степени ее устойчивости.
60. Анализ относительных показателей финансовой устойчивости.
61. Анализ безубыточности и факторов, влияющих на критический объем производства.
62. Анализ относительных показателей ликвидности.
63. Анализ основных критериев деловой активности организации.
64. Анализ оборачиваемости средств организации.
65. Экспресс-анализ финансового состояния организации.
66. Анализ устойчивости экономического роста.
67. Сущность и содержание экономического анализа.
68. Типология видов экономического анализа.
69. Предмет и метод экономического анализа.
70. Основные критерии и приемы оценки информационной базы для экономического анализа.
71. Основные методические приемы экономического анализа.
72. Характеристика основных принципов экономического анализа.
73. Экономические основы маркетинга. Сущность категорий «нужда», «потребность», «спрос», «товар», «рынок».
74. Понятие концепции управления маркетингом. Эволюция концепций маркетинга.
75. Производственная концепция. Товарная концепция. Сбытовая концепция. Рыночная (или потребительская) концепция. Социально-этическая концепция.
76. Маркетинг партнерских отношений. Причины применения концепции маркетинга.
77. Понятие маркетинговой среды и ее составные части.
78. Макросреда. Микросреда.
79. PEST-анализ.
80. SWOT-анализ.
81. Метод средневзвешенной балльной экспертной оценки.
82. Потребитель, покупательское поведение различных типов потребителей.
83. Факторы, оказывающие влияние на поведение покупателей.
84. Характеристика индивидуальных потребителей.
85. Моделирование поведения индивидуальных потребителей.
86. Типы поведения потребителей в процессе принятия решения о покупке.
87. Поведение после покупки, познавательный диссонанс.
88. Покупатели от имени организации: особенности, факторы поведения.
89. Промышленные закупки. Ситуации при промышленных закупках.
90. Этапы процесса закупки.
91. Сегмент и сегментация рынка.
92. Классификационные признаки определения рынка потребителей.
93. Методы сегментирования. Варианты действия организации при выборе целевых сегментов.
94. Позиционирование товара и основные подходы к нему. Варианты определения организацией своей рыночной позиции.
95. Маркетинговые исследования, качественные и количественные исследования
96. Панельные исследования, постоянные и разовые исследования
97. Кабинетные и полевые исследования.

98. Методы проведения полевых исследований: наблюдение, эксперимент, опрос.
99. Товар, классификация товаров.
100. Жизненный цикл товара.
101. Марка, товарный знак, управление марочной политикой, марочные стратегии.
102. Упаковка, сервисное обслуживание.
103. Бренд, брендинг, бренд-менеджмент.
104. Товарный ассортимент, товарная линия, товарная единица.
105. Цена, ценообразование, ценовая политика.
106. Методы расчета цены на товар (услугу) Установление цены.
107. Стратегии адаптации цен. Ценовые скидки и поощрения.
108. Ценовое стимулирование сбыта. Уценка товара.
109. Оценка эффективности принятых решений
110. Каналы распределения, их функции и типы.
111. Цели и стратегии распределения.
112. Классификация торговых посредников.
113. Организационные формы каналов распределения.
114. Прямой маркетинг.
115. Маркетинговые коммуникации.
116. Роль элементов комплекса продвижения.
117. Личные продажи. Реклама.
118. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью.
119. Понятие внешнеэкономической деятельности
120. Основные формы внешнеэкономических связей
121. Внешнеэкономический комплекс страны
122. Виды внешнеэкономических операций по направлениям торговли.
123. Особенности внешнеторговых операций по основным товарным группам
124. Международная торговля услугами
125. Торговля результатами интеллектуальной собственности
126. Методы определения таможенных платежей
127. Виды таможенных процедур
128. Цели международного маркетинга
129. Подготовка условий внешнеторговой сделки
130. Виды внешнеторговых договоров
131. Ценообразующие факторы во внешнеэкономической деятельности
132. Контрактная цена и способы ее фиксации
133. Методики расчета цен внешнеторговых сделок
134. Коммерческие поправки к ценам
135. Виды посредников на внешнем рынке, условия их работы
136. Процесс выбора посредников
137. Особенности соглашений с отдельными видами посредников
138. Вознаграждение посредников
139. Виды транспортных перевозок и транспортные технологии для обеспечения внешнеторговых сделок
140. Транспортно-технологические системы международных перевозок грузов

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

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

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

Степень выполнения заданий	Оценка
Полностью выполнены все 3 задания, с пояснениями и ответами на вопросы	Отлично
Выполнены 3 задания со значительными замечаниями, либо полностью правильно выполнено 2 задания со всеми объяснениями	Хорошо
Полностью выполнены 2 задания с замечаниями	Удовлетворительно
Выполнено только 1 задание	Неудовлетворительно

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

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

### Основные источники:

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / Канке А.А., Кошечкина И.П., - 2-е изд., испр. и доп. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 288 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=556741>
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7](http://www.biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7).
3. Маркетинг: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федько. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М : Академ-центр, 2017. — 368 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=881385>
4. Налоги и налогообложение: Учебное пособие / В.Р. Захарьин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 320 с. - ISBN 978-5-8199-0477-0. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=463339>
5. Финансы организаций : учебник / А.М. Фридман. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 202 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=556548>

### Дополнительные источники:

1. Алексунин, В. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 216 с. - ISBN 978-5-394-02296-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511979>
2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Практикум : учеб. пособие / О.В. Губина, В.Е. Губин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 192 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=858537>
3. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=454283>
4. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Савицкая Г.В., - 6-е изд., испр. и доп. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 378 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=547958>
5. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учебное пособие для СПО / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 135 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04923-7. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/A0148182-B1AD-4B49-BA07-FF7961C25006](http://www.biblio-online.ru/book/A0148182-B1AD-4B49-BA07-FF7961C25006).
6. Логистика: Учебник / А.А. Канке, И.П. Кошечкина. -М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 384 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492890>
7. Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 239 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=757837>
8. Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 239 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=757837>
9. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. // Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=412827>
10. Маркетинговые исследования : учебник для СПО / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 315 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5368-8. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/18143F9C-0E4D-4FDA-BB75-3A49CE806309](http://www.biblio-online.ru/book/18143F9C-0E4D-4FDA-BB75-3A49CE806309).
11. Маршавина, Л. Я. Налоги и налогообложение : учебник для СПО / Л. Я. Маршавина, Л. А. Чайковская ; под ред. Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 503 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-6221-5. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/152DAD77-A911-49AC-B0CB-DD27CA6D0247](http://www.biblio-online.ru/book/152DAD77-A911-49AC-B0CB-DD27CA6D0247).
12. Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение. Практикум : учебное пособие для СПО / В. Г. Пансков, Т. А. Левочкина. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 319 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01097-8. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/FB166317-6929-4922-8C08-1A88EB10E4FB](http://www.biblio-online.ru/book/FB166317-6929-4922-8C08-1A88EB10E4FB).
13. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33](http://www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33).

14. Щепилова, Г. Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : учебник для СПО / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 381 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01247-7. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/9464C294-56C2-44C8-8E0E-D00856951E8E](http://www.biblio-online.ru/book/9464C294-56C2-44C8-8E0E-D00856951E8E).
15. Экономика организации (предприятия): Учебник для ср. спец. учебных заведений / Н.А. Сафронов. - 2-е изд., с изм. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=429975>

#### Интернет ресурсы:

1. <http://www.rbc.ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
2. <http://www.rtpress.ru> - Российская торговля;
3. <http://www.torgrus.ru> - Новости и технологии торгового бизнеса.
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru - <http://4p.ru/>
5. Библиографические базы данных Института научной информации <http://www.inion.ru>, свободный доступ;
6. Ваш налоговый консультант [Электронный ресурс]; база содержит информационные данные по налогам. – Режим доступа: <http://www.levy.ru>, свободный.
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru>, свободный доступ;
8. Журнал Маркетинг и маркетинговые исследования в России - <http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>
9. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»<http://window.edu.ru>, свободный доступ
10. Информационная система Росстата [Электронный ресурс]; база содержит материалы по государственной статистике в Российской Федерации. – Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru), свободный.
11. Консультант плюс [Электронный ресурс]; база содержит все нормативно-правую информацию. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный.
12. Креативная реклама - <http://www.adme.ru>
13. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]; база содержит финансовые материалы по субъектам РФ. – Режим доступа: <http://minfin.ru>, свободный.
14. Министерство Финансов Российской Федерации <http://www.minfin.ru>
15. Министерство экономического развития <http://economy.gov.ru/minec/main>
16. Наружная реклама - <http://www.outdoor.ru>
17. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>, свободный доступ;
18. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях [Электронный ресурс]; база содержит статистические и аналитические отчеты по видам учреждений в Российской Федерации. – Режим доступа: <http://bus.gov.ru/pub/home>, свободный.
19. Реклама в России - <http://www.rwr.ru>
20. Реклама и продвижение - <http://www.propel.ru>
21. Сайт гильдии маркетологов - <http://www.marketologi.ru/>
22. Сайт Российских Налогоплательщиков [Электронный ресурс]; база содержит налоговые данные по РФ. – Режим доступа: <http://nalogi.com.ru>, свободный.
23. Сайт Российской ассоциации маркетинга - <http://www.ram.ru/>
24. Университетская информационная система "Россия" <http://uisrussia.msu.ru>, свободный доступ;
25. Федеральная налоговая служба РФ [Электронный ресурс]; база содержит сводные налоговые данные по РФ, в разрезе субъектов и муниципальных образований. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru/>, свободный.
26. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru>, свободный доступ;
27. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов <http://fcior.edu.ru>, свободный доступ
28. ЭБС "Национальный цифровой ресурс "Руконт" <http://www.rucont.ru>; свободный доступ
29. Электронно-библиотечная система «Polpred.com» <http://www.polpred.com>, свободный доступ
30. Электронно-библиотечная система <http://znanium.com/>
31. Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>

#### Периодические издания (отечественные журналы):

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