**Аннотация**

**на рабочую программу**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И**

**МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**1. Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля (далее - рабочая программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД)и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.
2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использованаи профессиональной подготовке работников в области коммерции при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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

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

**иметь практический опыт:**

* оформления финансовых документов и отчетов;
* проведения денежных расчетов;
* расчета основных налогов;
* анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
* выявления потребностей (спроса) на товары;
* 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 документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
* рассчитывать основные налоги;
* анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
* применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
* выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
* обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
* проводить маркетинговые исследования рынка;
* оценивать конкурентоспособность товаров; **знать:**
* сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
* финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
* основные положения налогового законодательства;
* функции и классификацию налогов;
* организацию налоговой службы;
* методику расчета основных видов налогов;
* методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
* составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
* средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
* методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
* конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки

конкурентоспособности;

* этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом

**3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – **528** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **420** часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **280** часов; самостоятельной работы обучающегося – **140** часа;

учебной и производственной практики – **108** часов.

# 4. Результаты освоения профессионального модуля:

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВД) **Коммерция (по отраслям),** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

|  |
| --- |
| 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 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.  ПК 2.8Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.  ПК 2.9 Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты. |
| ОК 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. |

**5. Тематический план профессионального модуля:**

Раздел 1. Финансовое и налоговое регулирование торговых организаций

МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение

Тема 1.1. Деньги и денежное обращение

Тема 1.2. Финансы, финансовая политика и финансовая система в рыночной экономике;

Тема 1.3. Ссудный капитал и кредит;

Тема 1.4. Финансовое планирование и контроль

Тема 1.5. Налоговая система РФ

Тема 1.6. Федеральные налоги

Тема 1.7. Налогообложение субъектов малого бизнеса

Тема 1.8. Региональные налоги

Тема 1.9. Местные налоги

Раздел 2.Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций

МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Тема 2.1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа

Тема 2.2. Анализ хозяйственной деятельности предприятия

Тема 2. 3. Анализ финансовой деятельности предприятия

Раздел 3. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере товарного обращения

МДК. 02.03. Маркетинг

Тема3.1. Предмет, цели и задачи дисциплины

Тема 3.2. Рынок как условие и экономическая основа маркетинга

Тема 3.3. Маркетинг. Концепция управления рынком

Тема 3.4. Основные принципы и методы маркетинговой системы управления

Тема 3.5. Процесс управления маркетингом

Тема 3.6. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования

Тема 3.7. Товарная политика предприятия

Тема 3.8. Ценовая политика предприятия

Тема 3.9. Распространение товаров и товародвижение

Тема 3.10. Маркетинговые коммуникации

Тема 3.11. Стратегическое планирование, ревизия и контроль

Тема 3.12. Конкурентная среда

Тема 3.13. Международный маркетинг