**АННОТАЦИИ ПРОГРАММ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ**

**Аннотация профессионального модуля**

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

**Область применения рабочей программы**

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

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов 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.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими ему профессиональными компетенциями обучающийся в результате 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:**

-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 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.

**Результаты освоения профессионального модуля**

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

|  |  |
| --- | --- |
| КОД | Наименование профессиональных и общих 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, рассчитать 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. |
| 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  |

**Примерный тематический план профессионального модуля**

Раздел ПМ 01. ФИНАНСЫ, НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение

Глава 1. Финансы и кредит

Тема 1.1.Финансы и финансовая система в условиях рыночных отношений

Тема 1.2.Управление финансами

Тема 1.3.Финансы государства и их использования

Тема 1.4.Финансы предприятий и их использование

Тема 1.5. Денежное обращение

Тема 1.6. Кредит и кредитная система.

Тема 1.7.Банки и банковская система

Тема 1.8.Рынок ценных бумаг

Глава . Налоги и налогообложение

Тема 2.1. Основы и методология налогообложения

Тема 2.2. Налоговый контроль и ответственность за налоговые правонарушения

Тема 2.3. Налоговая система Российской Федерации

Тема 2.4.Косвенные налоги и таможенные пошлины

Тема 2.5. Налог на прибыль организации.

Тема 2.6 Налог на доходы физических лиц

Тема 2.7. Налог на имущество организации и транспортный налог

Тема 2.8Специальные налоговые режимы

Раздел ПМ 02. АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Тема 1 Предмет, содержание и задачи экономического анализа.

Тема 2 Организация аналитической работы на предприятии

Тема 3. Анализ финансового состояния предприятия

Тема 4Анализ производства и реализации продукции

Тема 5 Анализ товарооборота

Тема 6.Анализ трудовых ресурсов организации

Тема 7.Анализ издержек обращения

Тема 8.Анализ доходов и финансовых результатов

Раздел ПМ 03. МАРКЕТИНГ

МДК 02.03. Маркетинг

Глава 1Методологические основы маркетинга

Тема 1.1.Концепция развития рыночных отношений.

Тема 1 .2. Классификация маркетинга

Тема 1.3. Сегментирование рынка.

Глава 2.Практический маркетинг

Тема 2.1.Объекты маркетинговой деятельности

Тема 2.2.Субъекты маркетинговой деятельности

Тема 2.3.Окружающая среда маркетинга

Тема 2.4.Конкурентная среда

Тема 2.5.Средства маркетинга

Тема 2.6.Средства распространения товаров

Тема 2.7.Ценовая политика

Глава 3. Маркетинговые коммуникации

Тема 3.1.Классификация маркетинговых коммуникаций

Тема 3.2. Сущность и структура рекламной деятельности

Тема 3.3.История развития рекламы

Тема 3.4.Виды и средства рекламы

Тема 3.5.Правовая база рекламной деятельности

Тема 3.6.Рекламная кампания.

Тема 3.7.Эффективность рекламной деятельности

Глава 4.Методологические основы маркетинговых исследований

Тема 4.1 Процесс маркетинговых исследований

Тема 4.2.Маркетинговая информация

Тема 4.3. Методы маркетинга

Тема 4.4.Принятие маркетинговых решений

Тема 4.5.Маркетинговые исследования потребителей.