

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Воронежский филиал

Отделение среднего профессионального образования

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация выпускника менеджер по продажам

1. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения данным 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 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.

2. Результаты освоения профессионального модуля

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

Код	Наименование результата обучения
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.
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.

3. Место профессионального модуля в структуре ШССЗ

Профессиональный модуль «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» входит в профессиональный цикл. Изучается:

- в 3 семестре на 2 курсе (для обучающихся на базе среднего общего образования);
- в 5 семестре на 3 курсе (для обучающихся на базе основного общего образования).

4. Объем и содержание профессионального модуля:

Объем профессионального модуля

Вид учебной работы	Количество часов
Максимальная учебная нагрузка	438
Обязательная аудиторная учебная нагрузка	292
в том числе:	
практические занятия	146
Самостоятельная работа обучающегося	146
Производственная практика (по профилю специальности)	36
ВСЕГО	474
<i>Аттестация в форме экзамена (квалификационного)</i>	

Содержание профессионального модуля

№ п/п	Наименование раздела (темы) профессионального модуля	Кол-во часов
1	Раздел 1. Финансы, денежное обращение и кредит	36
	Тема 1.1 Сущность и функции денег. Инфляция	
	Тема 1.2 Денежное обращение	
	Тема 1.3 Финансы их сущность, финансовая система. Государственный бюджет	
	Тема 1.4 Финансовое планирование и финансовый контроль.	
	Тема 1.5 Банковская система: сущность, структура Денежно-кредитная политика	
	Тема 1.6 Финансы организаций различных форм собственности	
2	Раздел 2. Налоги и налогообложение	54
	Тема 2.1 Законодательство РФ о налогах и сборах Налоги как инструмент бюджетного регулирования, их экономическая сущность	
	Тема 2.2 Налоговая система РФ, принципы ее построения Организация налоговой службы	

	<p>Тема 2.3 Формы налогового контроля и порядок его проведения Общие положения об ответственности за совершение налогового правонарушения</p> <p>Тема 2.4 Местные налоги Региональные налоги</p> <p>Тема 2.5 Налог на прибыль организаций</p> <p>Тема 2.6 Налог на доходы физических лиц</p> <p>Тема 2.7 Налог на добавленную стоимость</p> <p>Тема 2.8 Страховые взносы в ПФ, ФСС, ФОМС</p> <p>Тема 2.9 Другие виды федеральных налогов</p>	
3	<p>Раздел 3. Анализ финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</p> <p>Тема 3.1 Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности</p> <p>Тема 3.2 Анализ розничного товарооборота</p> <p>Тема 3.3 Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов</p> <p>Тема 3.4 Анализ состояния, развития и использования материально- технической базы торговой организации</p> <p>Тема 3.5 Анализ оптового товарооборота</p> <p>Тема 3.6 Анализ издержек обращения в торговле</p> <p>Тема 3.7 Анализ финансовых результатов в торговле</p> <p>Тема 3.8 Анализ финансового состояния торговой организации</p>	78
4	<p>Раздел 4. Организация маркетинговой деятельности</p> <p>Тема 4.1 Современная концепция маркетинга</p> <p>Тема 4.2 Окружающая среда маркетинга</p> <p>Тема 4.3 Субъекты маркетинговой деятельности</p> <p>Тема 4.4 Основы товарной политики и планирование продукции</p> <p>Тема 4.5 Ценовая политика в условиях рынка</p> <p>Тема 4.6 Сбытовая политика</p> <p>Тема 4.7 Коммуникационная политика</p>	270

	Тема 4.8 Маркетинговые исследования	
	Тема 4.9 Стратегическое маркетинговое планирование, управление и контроль	
	Тема 4.10 Глобальный маркетинг	
ИТОГО:		438