

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

название профессионального модуля

1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**, входящей в укрупненную группу специальностей **38.00.00 Экономика и управление**.

Рабочая программа может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и в программах профессиональной подготовки обучающихся укрупненной группы специальностей **38.00.00 Экономика и управление** в части освоения основного вида деятельности (ВД):

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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном образовании в рамках подготовки специалистов по курсу «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» на основании основного общего образования. Опыт работы не требуется.

Рабочая программа составляется для очной, заочной, заочной с элементами дистанционных образовательных технологий формам обучения.

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

В результате освоения обязательной части модуля обучающийся 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.

В результате освоения обязательной части модуля обучающийся должен уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- 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.

В результате освоения обязательной части модуля обучающийся должен 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.

В результате освоения вариативной части модуля обучающийся должен уметь:

- оценивать деловую активность торговой организации;
- оценивать конкурентоспособность;
- анализировать и оценивать эффективность рекламы разных видов;
- анализировать структуру государственного бюджета, источники финансирования бюджета.

В результате освоения вариативной части модуля обучающийся должен знать:

- факторы и резервы повышения эффективности работы торговых организаций;
- специфику рекламных услуг, запреты и ограничения, достоинства и недостатки разных видов реклам;
- принципы функционирования бюджетной системы и основы бюджетного устройства.

В ходе освоения профессионального модуля учитывается движение к достижению личностных результатов обучающимися ЛР 14, 15, 17

3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего – 612 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 468 часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 320 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 148 часов;
производственной практики – 144 часа.

4. Содержание профессионального модуля

Раздел 1. Организация и проведение экономической деятельности

МДК 1. Финансы, налоги и налогообложение

Тема 1.1. Финансы: сущность и роль в экономике

Тема 1.2. Налоги и налогообложение

Раздел 2. Проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности

МДК 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Тема 2.1. Экономический анализ и его роль в управлении торговой организацией

Тема 2.2. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации

Тема 2.3. Анализ финансового состояния

Раздел 3. Организация и проведение маркетинговой деятельности

МДК 3. Маркетинг

Тема 3.1 Маркетинг как философия современного предпринимательства

Тема 3.2 Маркетинговые исследования рынка

Тема 3.3 Формирование товарной политики

Тема 3.4 Сегментация и позиционирование

Тема 3.5 Цена и ценовая политика

Тема 3.6 Сбытовая политика

Тема 3.7 Продвижение компаний

Производственная практика (по профилю специальности)

Виды работ

- 1 Проведение инструктажа по технике безопасности. Ознакомление с торговой организацией. Получение заданий по тематике.
- 2 Анализ и управление объемом производства и продаж. Анализ структуры доходов и с расходов бюджета
- 3 Анализ влияния производственных факторов на объем производства. Анализ расчета компонентов закона денежного обращения
- 4 Анализ выполнения плана по номенклатуре. Анализ качества и ритмичности. Анализ расчета простой процентной ставки
- 5 Анализ состояния и использования материальных ресурсов. Анализ и составление кредитного договора.
- 6 Анализ состояния и использования основных средств. Анализ и определение процентов по кредиту

- 7 Анализ в управлении трудовым потенциалом организации. Анализ налоговой базы и суммы налоговых вычетов по НДС
- 8 Анализ в управлении затратами и себестоимостью продукции. Анализ расчета НДС к уплате в бюджет
- 9 Маржинальный анализ в управлении соотношением затраты - объем производства – прибыль. Анализ расчета налоговой базы по налогу на прибыль.
- 10 Анализ финансовых результатов и рентабельности продукции. Анализ расчета налоговой базы по НДС.
- 11 Анализ наличия и структуры собственных оборотных средств. Анализ расчета страховых взносов во внебюджетные фонды
- 12 Анализ состояния кредиторской задолженности. Анализ расчета региональных налогов
- 13 Анализ состояния дебиторской задолженности и платежеспособности. Анализ расчета местных налогов
- 14 Анализ кредитоспособности. Проведение выездной налоговой проверки и составление акта
- 15 Анализ условий самофинансирования и валютной самоокупаемости. Проведение анализа исчисления суммы пени
- 16 Выявления потребностей (спроса) на товары
- 17 Проведение маркетингового исследования
- 18 Реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка
- 19 Участия в проведении рекламных акций
- 20 Участие в проведении рекламной кампании, других маркетинговых коммуникаций;
- 21 Проведение анализа внутренней маркетинговой среды организации
- 22 Проведение анализа внешней маркетинговой среды организации
- 23 Подготовка презентации с целью продвижения товара
- 24 Оформление отчета. Участие в зачет-конференции по производственной практике

