

**Профессиональное образовательное учреждение частное
«КОЛЛЕДЖ МЕНЕДЖМЕНТА»**



УТВЕРЖДАЮ
Директор ПОУЧ «КОЛЛЕДЖ
МЕНЕДЖМЕНТА»
С.А. Кузнецов С.А. Кузнецов
«15» сентября 2016 г.

**РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

для специальности

38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

Архангельск 2016

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 года № 539.

Организация-разработчик: Профессиональное образовательное учреждение частное «КОЛЛЕДЖ МЕНЕДЖМЕНТА»

Разработчик: Замятина Ю.В. — преподаватель высшей квалификационной категории ПОУЧ «КОЛЛЕДЖ МЕНЕДЖМЕНТА»

Согласовано: Начальник бюро товарных экспертиз Фонд имущества и инвестиций Архангельской области

Т.Г. Меньшуткина



Рассмотрена и рекомендована к
утверждению на методической
комиссии колледжа

Протокол № 1 от 15 сентября 2016 г.

Председатель _____ Ю.В. Замятина

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения рабочей учебной программы

Рабочая учебная программа профессионального модуля – является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) основного вида профессиональной деятельности 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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и в повышении квалификации работников в области организации и проведения коммерческой деятельности в производственных, торговых и сервисных организациях, по группе специальностей при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент 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 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.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:
всего – часов, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки студента – 567 часов, включая:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки студента 80 часов;
- внеаудиторной самостоятельной работы студента – 415 часов;
- производственной практики (по профилю специальности) – 72 часа