Аннотация к программе профессионального модуля ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение
форма обучения – очная
курс – 3
семестр – 6
максимальная учебная нагрузка, ч – 115
самостоятельная учебная нагрузка, ч – 30
всего, ч – 77
в том числе:
теоретическое обучение, ч – 44
практические занятия, ч – 33
экзамен – 6 семестр

МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности
форма обучения – очная
курс – 3
семестр – 6
максимальная учебная нагрузка, ч – 147
самостоятельная учебная нагрузка, ч – 40
всего, ч – 99
в том числе:
теоретическое обучение, ч – 33
практические занятия, ч – 36
курсовая работа, ч – 30
экзамен – 6 семестр

МДК.02.03. Маркетинг
форма обучения – очная
курс – 3
семестр – 6
максимальная учебная нагрузка, ч – 146
самостоятельная учебная нагрузка, ч – 39
всего, ч – 99
в том числе:
теоретическое обучение, ч – 55
практические занятия, ч – 44
экзамен – 6 семестр

ПП.02.01. Производственная практика (по профилю специальности)
форма обучения – очная
курс – 3
семестр – 6
всего, нед. – 2

дифференцированный зачет – 6 семестр

ПМ.02.ЭК – Экзамен (квалификационный) – 6 семестр

Цели и задачи профессионального модуля

Целью овладения ПМ.02. является усвоение теоретических знаний в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности, приобретения умений применять эти знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность, и формирование компетенций.

Задачи профессионального модуля:

– сформировать систему знаний студентов в области общей теории налогов;

– обосновать общие тенденции в развитии налоговой системы и направления налоговой политики России;

– показать логические основы механизма налогообложения на примере конкретных налогов и сборов, взимаемых в Российской Федерации;

– научить студентов исчислять налоговые платежи;

– овладеть методами и приемами экономического анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия;

– изучить назначение и содержание основных направлений финансового анализа в деятельности предприятия;

– анализ имущества, источников формирования имущества предприятия, финансовой устойчивости, платежеспособности, доходности, дебиторской и кредиторской за должности и других аспектов финансовой деятельности предприятия;

– анализ основных функциональных показателей деятельности предприятия;

– анализ материальных и трудовых ресурсов предприятия;

– анализ расходов предприятия;

– анализ эффективности и конкурентоспособности предприятия;

– сводный финансовый и управленческий анализ деятельности предприятия, диагностика и принятие управленческих решений;

– усвоение студентами знаний о роли и значении маркетинга, понимание всех его инструментов в управлении рынком;

– овладение приемами управления маркетинговой деятельности с помощью инструментария 4 «пи»;

– освоение совокупности всех стратегий маркетинга;

– приобретение навыков анализа конкретных маркетинговых ситуаций;

– овладение навыками расчетов конкурентоспособности, эффективности маркетинговых мероприятий, построения карт позиционирования и сегментации рынка

Место профессионального модуля в структуре ППССЗ

Профессиональный модуль ПМ.02. относится к базовой части ППССЗ по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям).** Для его освоения необходимы базовые знания по следующим дисциплинам: «Экономика организации», «Статистика», «Менеджмент (по отраслям)», «Документационное обеспечение управления», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности», «Бухгалтерский учет». Все эти дисциплины является предшествующими для изучения ПМ.02. В процессе реализации ПМ.02. обучающиеся проходят производственную практику (по профилю специальности).

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 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.

использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни

Планируемые личностные результаты в ходе реализации образовательной программы

Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	**ЛР 1**
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.	**ЛР 2**

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности	**ЛР 13**
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость	**ЛР 14**
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	**ЛР 15**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации	
Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению	**ЛР 16**
Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику.	**ЛР 17**
Экономически активный, предприимчивый, готовый к самозанятости	**ЛР 18**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями	
Активно применяющий полученные знания на практике	**ЛР 19**
Способный перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; позиционирующий себя в сети как результативный и привлекательный участник трудовых отношений.	**ЛР20**
Способный генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики	**ЛР 21**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса	

Вступающий в конструктивное профессионально значимое взаимодействие с представителями разных субкультур.	**ЛР 23**
Оценивающий возможные ограничители свободы своего профессионального выбора, предопределенные психофизиологическими особенностями или состоянием здоровья, мотивированный к сохранению здоровья в процессе профессиональной деятельности	**ЛР 24**

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности **ПМ 02. «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.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.