

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 19.06.2024 19:13:29
Уникальный программный ключ:
46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП 09 «Маркетинг»

1. Паспорт рабочей программы

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины является частью образовательной программы СПО в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 «Торговое дело».

1.2. Цели и задачи рабочей программы – требования к результатам освоения модуля:

С целью овладения указанными профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- анализа рынка сбыта услуг и товаров региона;
- анализа ценообразования тарифов на услуги и товары;
- работы с клиентурой;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- выявления потребностей (спроса) на товары и услуги;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации;

уметь:

- составлять отчеты по работе с конкурентами предприятия;
- составлять отчеты по работе с клиентурой предприятия;
- 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;
- работу по повышению прибыли предприятия;
- основные положения законодательства, применяемые в работе предприятия;
- функции и классификацию налогов;
- организацию коммерческой службы;
- методику расчета основных видов дохода;
- 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;
- 3-методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом.

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы:

Всего – 150 часов, в том числе:

в форме аудиторных занятий– 80 часа

из них:

- лекции - 20 часов;
- практических – 60 часов
- самостоятельной работы обучающегося - 70 часов;

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения дисциплины является овладение обучающимся видом профессиональной деятельности в сфере маркетинга, согласно рабочей программы ОП. 09 «Маркетинг», в том числе профессиональными (ПК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.6	Организовать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий

1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 150 часов, в том числе:

Обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 80 часа;

Самостоятельной работы обучающихся – 70 часов.