

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.07.2023 10:35:30
Уникальный программный ключ:
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafbfd

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени А.А. ЕЖЕВСКОГО

Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

УТВЕРЖДАЮ:
Директор



Н.Н. Бельков
« 31 » марта 2023 г

Рабочая программа учебной дисциплины

ПОО 01 ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

(программа подготовки специалистов среднего звена)

Форма обучения: очная / заочная
1 курс, семестр 2 / 1 курс

Молодежный 2023

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН

Цель учебной дисциплины (ПОО 01) является освоение теоретических знаний в области финансово-хозяйственной и маркетинговой деятельности, налогообложения, приобретение умений и практического опыта применения этих знаний и формирования необходимых профессиональных и общих компетенций.

Задачи дисциплины:

- усвоение основных понятий в указанных областях знаний;
- изучение теоретических положений в области финансов, налогообложения, анализа финансово-хозяйственной деятельности и маркетинга;
- приобретение умений составлять финансовые документы и отчеты, использовать необходимые нормативные документы, рассчитывать налоги, анализировать финансово-хозяйственную деятельность;
- овладение умениями и практическим опытом потребностей (спроса), обоснования и применения маркетинговых коммуникаций, реализации сбытовой политики, анализа конкурентной среды.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения дисциплины 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 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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина ПОО.01 «Введение в специальность» относится к обязательной части общеобразовательных дисциплин.

Для освоения ПОО.01 «Введение в специальность» студенты должны использовать знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Математика», «Обществознание», «Экономика».

Освоение ПОО.01 «Введение в специальность» является основой для последующего изучения цикла дисциплин общепрофессиональной подготовки, в т.ч. учебной и производственной практики.

Общая трудоемкость дисциплины – 40 ч.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Результатом освоения программы ПОО.01 «Введение в специальность» является овладение обучающимися видом профессиональной

деятельности Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование компетенции (планируемые результаты освоения ОП)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции
	Общие компетенции	В области знания и понимания (А)
ОК.01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Знать:
ОК.02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения; финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
ОК.03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	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;
ОК.04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
ОК.09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.
	Профессиональные компетенции	Уметь:
ПК1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.	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-

ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	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; 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;
ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	

**4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С
УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА
КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ
(ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ
РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 40 часов.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы:

4.1.1. Очная форма обучения: 1 курс, семестр – 2; виды отчетности:
дифференцированный зачет

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы (очное обучение)

Вид учебной работы	Объем часов	
	Всего	2 семестр
Максимальная учебная нагрузка (всего)	40	40
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	40	40
в том числе:		
лекции	40	40
практические занятия		

курсовое проектирование		
практическая подготовка		
Самостоятельная работа студента (всего)		
Самостоятельная работа над рефератом, исследованием проблемы		
Самостоятельное изучение законодательных, нормативных правовых актов		

4.1.2 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы (заочное обучение):

1 курс; виды отчетности: дифференцированный зачет

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	40
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	4
в том числе:	
лекции	4
практические занятия	
курсовое проектирование	
Самостоятельная работа студента (всего)	36
Самостоятельная работа над рефератом, исследованием проблемы	
Самостоятельное изучение законодательных, нормативных правовых актов	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1.1 Очная форма обучения:

Наименование разделов дисциплины	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Тема 1. Развитие коммерческой деятельности	Содержание	8	1,2	
	1	Понятие коммерческой деятельности и сущность коммерческой деятельности.	2	
	2	Развитие коммерческой деятельности в России.	2	
	3	Роль и задачи развития коммерческой деятельности на современном этапе.	2	
	4	Характеристика основных объектов коммерческой деятельности.	1	
	5	Коммерческая среда	1	
	Практическое занятие		Не предусмотрены	
Тема 2. Планирование деятельности коммерческих организаций	Содержание	8	1,2	
	1	Предоставление коммерческой информации и консультирование	2	
	2	Роль банков в осуществлении коммерческой деятельности	2	

	3	Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности	2	
	4	Технология осуществления продаж	1	
	5	Планирование деятельности коммерческих организаций	1	
	Практические работы		Не предусмо трены	
Тема 3. Рыночная среда в системе коммерческих отношений	Содержание			
	1	Рыночная среда – понятие и основы взаимодействия участников рынка	8	1,2
	2	Сущность профессии «Менеджер по продажам»	2	
	3	Продажа, как основа коммерческой деятельности	4	
	4	Законы регулирования рынка	2	
	Практическое занятие		Не предусмо трены	

Тема 4.Маркетинговые исследования и маркетинговые коммуникации	Содержание		8	1,2
	1	Маркетинговая информационная система, процесс маркетингового исследования	2	
	2	Потребительские рынки и покупательское поведение. Модель покупательского поведения.	2	
	3	Типы поведения потребителей при принятии решения о покупке. Процесс принятия решения о покупке. Поведение покупателей товаров производственного назначения.	4	
	Практические занятия		Не предусмотрены	
Тема 5. Реклама и стимулирование процесса продаж	Содержание		8	1,2
	1	Комплекс продвижения товаров. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Процесс коммуникаций.	2	
	2	Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью. Реклама. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Личная продажа и управление службой сбыта. Прямой и интерактивный маркетинг. Роль и преимущества прямого маркетинга. Формы прямого маркетинга.	4	
	3	Интерактивный маркетинг и электронная торговля. Интегрированный прямой маркетинг. Общественное мнение и этические вопросы в прямом маркетинге.	2	
	Практические занятия		Не предусмотрены	
Дифференцированный зачет				
Всего:			40	

5.1.2 Заочная форма обучения:

Наименование разделов дисциплины	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
----------------------------------	--	-------------	------------------

1	2		3	4
Тема 1. Развитие коммерческой деятельности	Содержание		4	1,2
	1	Понятие коммерческой деятельности и сущность коммерческой деятельности.		
	2	Развитие коммерческой деятельности в России.		
	3	Роль и задачи развития коммерческой деятельности на современном этапе.		
	4	Характеристика основных объектов коммерческой деятельности.		
	5	Коммерческая среда		
	Практическое занятие		Не предусмотрено	
Тема 2. Планирование деятельности коммерческих организаций	Самостоятельная работа		18	1,2
	1	Предоставление коммерческой информации и консультирование		
	2	Роль банков в осуществлении коммерческой деятельности		
	3	Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности		
	4	Технология осуществления продаж		
	5	Планирование деятельности коммерческих организаций		
	Практические работы		Не предусмотрено	

			трены	
Тема 3. Рыночная среда в системе коммерческих отношений	Содержание			
	1	Рыночная среда – понятие и основы взаимодействия участников рынка	18	1,2
	2	Сущность профессии «Менеджер по продажам»		
	3	Продажа, как основа коммерческой деятельности		
	4	Законы регулирования рынка		
	Практическое занятие		Не предусмотрено	
Дифференцированный зачет				
Итого			40	

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

6.1.1 Основная литература

1. Васильева Л. С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учеб. пособие для вузов / Л. С. Васильева, Е. М. Штейн, М. В. Петровская ; под ред. Е. М. Штейн. - М. : Экзамен, 2008. - 319 с.
2. Губина О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : практикум : учеб. пособие для сред. проф. образования / О. В. Губина, В. Е. Губин. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2007. - 191 с.
3. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. для сред. спец. учеб. заведений / Г. В. Савицкая. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 344 с.
4. Савицкая Г. В. Анализ производственно-финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий: учеб. для сред. спец. учеб. заведений / Г. В. Савицкая. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 368 с.
5. Котлер Филип. Маркетинг от А до Я : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Текст] / Ф. Котлер ; пер. с англ. Т. В. Виноградовой, А. А. Чеха, Л. Л. Царук. - 3-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2011. - 212 с.
6. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. для вузов по спец. "Маркетинг" : допущено Учеб.-метод. об-нием / Е. И. Мазилкина. - Ростов н/Д : Феникс, 2012. - 333 с.
7. Романенко С. Н. Маркетинг : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / С. Н. Романенко. - 2-е изд. - М. : Дашков и К°, 2013. - 271 с.

6.1.2. Дополнительная литература

1. Винокуров Г. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учеб. пособие для студентов спец. 080502.65 : рек. Сиб. учеб.-метод. центром / Г. М. Винокуров ; Иркут. гос. с.-х. акад. - Иркутск : ИрГСХА, 2006. - 358 с
2. Макарьева В. И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации / В. И. Макарьева, Л. В. Андреева. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 263 с.
3. Купцов М. М. Финансы: учеб. пособие для вузов / М. М. Купцов. - М. : ИНФРА-М : РИОР, 2010. - 188 с.
4. Миляков, Н. В. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс] : электрон. учеб. : рек. УМО / Н. В. Миляков. - Электрон. текстовые дан. и прогр. - М. : КноРус, 2009. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM)

5. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по спец. "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Мировая экономика" / под ред. И. А. Майбурова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. и прогр. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 1 эл. опт. диск
6. Налоги и налогообложение в АПК : учеб. пособие для вузов : рек. УМО / Н. Ф. Зарук [и др.]. - М. : КолосС, 2008. - 223 с.
7. Нешиной А.С. Финансы, денежное обращение, кредит: учеб. для вузов по группе спец. "Экономика и управление" / А. С. Нешиной. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2012. - 639 с.
8. Скрипниченко В. А. Налоги и налогообложение: учеб. пособие для вузов / В.А. Скрипниченко. - СПб. : Питер ; М. : БИНФА, 2008. - 492 с.
Финансы, денежное обращение и кредит: учеб. для бакалавров / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под ред. Л. А. Чалдаевой. - М. : Юрайт, 2012. – 540
- 9.Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс] : электрон. учеб. : рек. УМО / В. И. Беляев. - Электрон. текстовые дан. и прогр. - М. : КноРус, 2009. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM)
- 10.Выгодская Э. Г. Маркетинг: учеб.-нагляд. пособие : допущено Учеб.-метод. об-нием / Э. Г. Выгодская, Н. П. Колпакова. - СПб. : Гиорд, 2008. - 127 с.
- 11.Дубровин И. А. Маркетинг продовольственных товаров / И. А. Дубровин. - М. : КолосС, 2008. - 406 с.
- 12.Крылова Г. Д. Маркетинг : практикум : учеб. пособие для вузов / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. - М. : Проспект, 2008. - 359 с.
- 13.Маркетинг : краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / авт.-сост. Н. И. Перцовский. - М. : Дашков и К°, 2008. - 139 с.
- 14.Маркетинг: большой толковый словарь / под ред. А. П. Панкрухина. - М. : Омега-Л, 2008. - 261 с.

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий и др. объектов для проведения учебных занятий	Основное оборудование	Форма использования
1.	Ауд. 227	Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной	

		<p>мебели для обучающихся на 64 места, трибуна 1 шт.</p> <p>Технические средства обучения: мультимедиа проектор Optoma X302 - 1 шт., доска 3-х элементная меловая 1 шт., учебно-наглядные пособия.</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, Kaspersky Business Space Security Russian Edition, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox 83.x, Opera 72.x, Google Chrome 86.x.</p>	<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p>
2.	Ауд. 318	<p>Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной мебели для обучающихся на 80 мест, трибуна 1 шт.</p> <p>Технические средства обучения: 2 доски 3-х элементных меловых, учебно-наглядные пособия.</p>	<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа</p>
3.	Ауд. 303	<p>Специализированная мебель: Стол - 11 шт.; Стул - 11 шт.</p> <p>Технические средства обучения: 11 персональных компьютеров, подключенных к сети "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО Иркутского ГАУ и электронно-библиотечную систему (электронной библиотеки); сканер CanoScan LIDE 110 - 2 шт.; Принтер HP Lazer Jet P 2055 - 1 шт.; Принтер HP Lazer Jet M 1132 MFP - 1 шт.</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, Kaspersky Business Space Security Russian Edition, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox 83.x, Opera 72.x, Google Chrome 86.x.</p>	<p>Аудитория для проведения консультационных и самостоятельных занятий; занятий семинарского типа, индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>

8. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ


Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
<ul style="list-style-type: none"> - 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; 	<p>Практическая работа, контроль самостоятельной работы обучающихся, тестирование</p>
Знания:	
<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Самостоятельная работа обучающихся с учебной литературой Практические занятия, самостоятельная работа обучающихся с учебной литературой, контрольная работа</p>

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК.01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	демонстрация интереса к будущей профессии	- наблюдение за ролью обучающихся в группе;
ОК.02Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности; – оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач – решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности	- наблюдение за ролью обучающихся в группе;
ОК.03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	- контроль выполнения индивидуальной самостоятельной работы обучающегося;
ОК.04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами	- наблюдение за ролью обучающихся в группе;

	в ходе обучения	
ОК.09 Пользоваться профессиональной документацией государственном и иностранном языках.	на и – организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; – соблюдение норм действующего законодательства; – учет в профессиональной деятельности обязательных требований нормативных документов, стандартов, технических условий	- контроль выполнения индивидуальной самостоятельной работы обучающегося;
Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК.2.5.Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Дифференцированный зачет
ПК.2.6.Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Дифференцированный зачет

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Программу составил: 
(подпись)

преподаватель высшей квалификационной категории, Е.А.Хуснудинова
(должность, И.О. Фамилия)

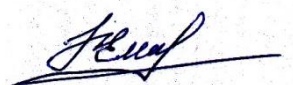
Программа одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии социально-экономических дисциплин

протокол № 8 от «29» марта 2023 г.

Председатель ПЦК 
(подпись) Е.А.Хуснудинова

СОГЛАСОВАНО:

Внешний эксперт:


(подпись)

Н.И. Емельянов
(И.О. Фамилия)