



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ЭНГЕЛЬССКИЙ ПОЛИТЕХНИКУМ»  
(ГАПОУ СО «ЭНГЕЛЬССКИЙ ПОЛИТЕХНИКУМ»)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОП.15.ВЧ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

программы подготовки специалистов среднего звена  
для специальностей технического профиля  
29.02.04 Конструирование, моделирование и технология швейных изделий  
на базе основного общего образования  
с получением среднего общего образования

2014 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего специального образования по специальности 29.02.04 Конструирование, моделирование и технология швейных изделий. Приказ Министерства образования и науки РФ № 534 от 15 мая 2014 г.

**РАССМОТРЕНО** на заседании **ОДОБРЕНО** методическим советом техникума  
предметно-цикловой комиссии социально-  
экономических дисциплин

|                                           |                                        |
|-------------------------------------------|----------------------------------------|
| Протокол № 1, дата « 29 » августа 2014 г. | Протокол № 1 от « 29 » августа 2014 г. |
| Председатель комиссии <u>И.И.И.И.И.</u>   | Председатель <u>И.И.И.И.И.</u>         |
| Протокол № 1, дата « 27 » августа 2015 г. | Протокол № 1 от « 27 » августа 2015 г. |
| Председатель комиссии <u>И.И.И.И.И.</u>   | Председатель <u>И.И.И.И.И.</u>         |
| Протокол № 1, дата « 29 » августа 2016 г. | Протокол № 1 от « 29 » августа 2016 г. |
| Председатель комиссии <u>И.И.И.И.И.</u>   | Председатель <u>И.И.И.И.И.</u>         |
| Протокол № 1, дата « 28 » августа 2017 г. | Протокол № 1 от « 28 » августа 2017 г. |
| Председатель комиссии <u>И.И.И.И.И.</u>   | Председатель <u>И.И.И.И.И.</u>         |

**Разработчик:** ГАПОУ СО «Энгельсский политехникум»

**Составитель(и) (автор):** Бутикова Ю.Н., преподаватель ГАПОУ СО «Энгельсский политехникум»

**Рецензенты:**

Внутренний:

Думан Ольга Александровна, зам. директора по УМР, к.э.н., доцент ГАПОУ СО «Энгельсский политехникум»

Внешний:

Беляева Ольга Владимировна, к.э.н., зав. кафедрой экономики Поволжского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>              | <b>4</b>  |
| <b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                 | <b>6</b>  |
| <b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>           | <b>11</b> |
| <b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <b>13</b> |

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **ОП.15.ВЧ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

### **1.1.Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 29.02.04 Конструирование, моделирование и технология швейных изделий.

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** дисциплина входит в общепрофессиональный цикл.

**1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- производить маркетинговые исследования;
- использовать инструменты маркетинга в практической деятельности;
- составлять рекламные тексты с учетом требований к рекламе;
- пользоваться основными законодательными актами и нормативно-правовыми документами, определяющими управление маркетинговой деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- концепции маркетинга;
- основы ценообразования;
- жизненный цикл товара.

Студент после изучения дисциплины должен обладать следующими общими компетенциями (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на:

- формирование профессиональных компетенций (ПК), соответствующих основным видам профессиональной деятельности (по базовой подготовке):

ПК 4.4. Организовывать работу коллектива исполнителей

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 48 часов, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 32 часов;  
самостоятельной работы обучающегося 16 часов.

## **2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

| <b>Вид учебной работы</b>                               | <b><i>Объем часов</i></b> |
|---------------------------------------------------------|---------------------------|
| <b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>            | <b>48</b>                 |
| <b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b> | <b>32</b>                 |
| в том числе:                                            |                           |
| практические занятия                                    | 8                         |
| контрольные работы                                      | -                         |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>      | <b>16</b>                 |
| Промежуточная аттестация в форме зачета                 |                           |

## 2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.15.ВЧ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

| Наименование разделов и тем                                                            | Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Объем часов | Уровень освоения | Код компетенции |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------|-----------------|
| 1                                                                                      | 2                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3           | 4                | 5               |
| <b>Раздел 1.</b>                                                                       | <b>Основные теоретические аспекты маркетинга</b>                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>38</b>   |                  |                 |
| <b>Тема 1.1. Маркетинг. Цели и задачи дисциплины. Сущность и содержание маркетинга</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |             |                  |                 |
|                                                                                        | 1                                                                                                     | Понятие «маркетинг». История возникновения маркетинга. Основные принципы маркетинга. Сущность и функции современного маркетинга. Виды маркетинга. Основные концепции. Категории маркетинга. Отличие маркетинга от сбыта. Основные требования к социально - этическому маркетингу.                                               | 2           | 1,2              | ОК1-9           |
|                                                                                        |                                                                                                       | <b>Самостоятельная работа обучающихся</b><br>Изучение дополнительного материала по указанной теме. Подготовка рефератов.                                                                                                                                                                                                        | 2           | 2                | ОК1-9           |
| <b>Тема 1.2. Рынок, как экономическая основа маркетинга</b>                            | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |             |                  |                 |
|                                                                                        | 2                                                                                                     | Товарная структура рынка. Отличительные признаки товарных рынков. Рынок сбыта - основа маркетинговых исследований. Емкость товарного рынка. Сегментация рынка потребительских товаров. Целевой сегмент рынка. Критерии сегментации рынка. Позиционирование товаров.                                                             | 2           | 1,2              | ОК1-9           |
|                                                                                        | 3                                                                                                     | Анализ инфраструктуры мирового рынка. Региональная структура мирового рынка. Российский рынок как часть мирового. Основные факторы, влияющие на объем и структуру российского рынка. Отечественное производство.                                                                                                                | 2           | 2                | ОК1-9           |
|                                                                                        |                                                                                                       | <b>Самостоятельная работа обучающихся</b><br>Изучение дополнительного материала по указанной теме. Составить схему «Критерии сегментации рынка»                                                                                                                                                                                 | 2           | 3                | ОК1-9           |
| <b>Тема 1.3. Объекты и субъекты рынка. Окружающая среда маркетинга</b>                 | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |             |                  |                 |
|                                                                                        | 4                                                                                                     | Объекты: нужда, потребность. Спрос. Определение понятий, их общность, различия. Классификация потребностей: физиологические социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритет потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. Классификация потребителей по разным признакам. | 2           | 3                | ОК1-9           |

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |     |                |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----|----------------|
|                                            | 5                                                                                                                                                                                                                                            | Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса. Субъекты: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга. Положение об отделе маркетинга. Понятие и классификация маркетинговой среды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга: понятие. Разновидности макросреды. Краткая характеристика разных сред. | 2 | 2   | ОК1-9<br>ОК1-9 |
|                                            | <b>Практические занятия 1</b><br>Установление основных видов потребностей и товаров – как средств их удовлетворения                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2 | 3   | ОК1-9<br>ПК4.4 |
|                                            | <b>Практические занятия 2</b><br>Ситуационные задачи, деловые игры (Анализ окружающей среды (сбытовой или маркетинговой) торгового предприятия)                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2 | 3   | ОК1-9<br>ПК4.4 |
|                                            | <b>Самостоятельная работа обучающихся</b><br>Изучение и конспектирование дополнительного материала по указанной теме. Составить таблицу внутренних и внешних факторов влияющих на деятельность предприятия. Провести SWOT анализ предприятия |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 4 | 3   | ОК1-9          |
| <b>Тема 1.4. Товар и товарная политика</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |   |     |                |
|                                            | 6                                                                                                                                                                                                                                            | Общая характеристика товара. Товары потребительского и производственного назначения. Три группы товаров личного пользования: изделия длительного пользования, краткосрочного пользования и услуги. Жизненный цикл товара. Товарный знак и его значение. Функции товарного знака. Фирменный стиль. Упаковка и маркировка товаров. Штриховое кодирование товара и его значение. Формирование ассортимента товаров. Планирование ассортимента.                                                       | 2 | 1,2 | ОК1-9          |
|                                            | 7                                                                                                                                                                                                                                            | Понятие цена. Рыночный механизм ценообразования. Функции цен: учетная, стимулирующая, распределительная, сбалансированности спроса и предложения. Классификация цен. Способы ценообразования. Факторы, влияющие на уровень цен. Ценовая и неценовая конкуренция. Особенности формирования свободных розничных цен на товары.                                                                                                                                                                      | 2 | 2   | ОК1-9          |
|                                            | <b>Практические занятия 3</b><br>Ситуационные задачи, деловые игры, формирование свободных розничных цен по установленному заданию.(Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организаций)                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2 | 3   | ОК1-9<br>ПК4.4 |
|                                            | <b>Самостоятельная работа обучающихся</b><br>Изучение и конспектирование дополнительного материала по указанной теме. Решение задач.                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2 | 3   | ОК1-9          |

|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                              |    |     |                 |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|-----------------|
|                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                              |    |     |                 |
| Тема 1.5. Система товародвижения                                    | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                              |    |     |                 |
|                                                                     | 8                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Каналы распределения товаров. Структуру и уровень каналов распределения. Роль посреднических организаций в распределении продукции. Смешанные каналы товародвижения.                                         | 2  | 2   | ОК1-9           |
|                                                                     | 9                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Планирование товародвижения. Управление каналами товародвижения. Организационные формы оптовой торговли. Розничная торговля.                                                                                 | 2  | 3   | ОК1-9           |
|                                                                     | Практическое занятие 4<br>Ситуационные задачи, деловая игра. (Установление уровней каналов распространения товаров и выбор канала распределения товара)                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                              | 2  | 3   | ПК 4.4          |
|                                                                     | Самостоятельная работа обучающихся<br>Проанализировать работу поставщиков товара на примере магазина, фабрики, завода. Составить схему товародвижения.                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                              | 2  | 3   | ОК1-9           |
| Раздел 2.                                                           | Прикладные аспекты маркетинга                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                              | 10 |     |                 |
| Тема 2.1.<br>Продвижение товаров на рынке.<br>Основы мерчандайзинга | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                              |    |     |                 |
|                                                                     | 10                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Формирование спроса и стимулирование сбыта. Товарная реклама. Виды рекламы: информативная, увещательная, напоминающая. Средства распространения рекламы. Правила рекламы. Формирование общественного мнения. | 2  | 2   | ОК1-9<br>ПК 4.4 |
|                                                                     | 11                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Понятие «мерчандайзинг». Классификация витрин: по товарному признаку, по месту размещения. Требования, предъявляемые к размещению товаров в витринах.                                                        | 2  | 1,2 | ОК1-9           |
|                                                                     | Самостоятельная работа обучающихся<br>Изучение и конспектирование дополнительного материала по указанной теме методы, используемые при формировании общественного мнения. Составить таблицу Средства рекламы. Их достоинства и недостатки». Проанализировать Федеральный Закон «О рекламе» |                                                                                                                                                                                                              | 2  | 2   | ОК1-9           |
| Тема 2.2.<br>Маркетинговая служба                                   | Содержание учебного материала                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                              | 2  | 3   | ОК1-9<br>ПК 4.4 |
|                                                                     | 12                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Функции подразделений и сотрудников маркетинговых подразделений. Маркетинговая служба ее структура, цели и значение. Организовывать работу коллектива исполнителей                                           |    |     |                 |
|                                                                     | Самостоятельная работа обучающихся<br>Изучение и конспектирование дополнительного материала по указанной теме. Эссе «Маркетинг сегодня»                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                              | 2  |     |                 |
|                                                                     | Промежуточная аттестация зачёт                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                              |    |     |                 |

|  |                                 |           |  |  |
|--|---------------------------------|-----------|--|--|
|  | <b>ИТОГО</b>                    | <b>48</b> |  |  |
|  | Дисциплина из вариативной части |           |  |  |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект законодательных и нормативных документов;
- комплект учебно-методической документации.

#### **3.2. Особенности реализации учебной дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

На основании Федерального закона от 24 ноября 1995 года № 181-ФЗ (ред. От 29.12.2015 года) «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»; Указа Президента Российской Федерации от 07.05.2012 года № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики»; Указа Президента Российской Федерации от 07.05.2012 года № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки»; Распоряжение Правительства РФ от 15.10.2012 года № 1921-р «О комплексе мер, направленных на повышение эффективности реализации мероприятий по содействию трудоустройству инвалидов и на обеспечение доступности профессионального образования»; Письма Департамента государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО от 18 марта 2014 года №06-281 «Требования к организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащённости образовательного процесса», в техникуме созданы условия доступности для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья обеспечен доступ к фондам учебно- методической документации.

На официальном сайте Энгельсского политехникума [http://politehnikum-eng.ru/index/specialistov\\_srednego\\_zvena/0-390](http://politehnikum-eng.ru/index/specialistov_srednego_zvena/0-390) представлены федеральные государственные образовательные стандарты среднего профессионального образования, учебные планы, аннотации рабочих программ, учебно-методические материалы, разработанные педагогическими работниками техникума, обеспечен доступ всех студентов

в интернет. Кроме того, доступ к этим документам возможен из любой точки, где есть интернет.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в аудитории и другие помещения.

Обеспечена доступность к прилегающей территории учебных корпусов по адресу: 413116 Саратовская область, г. Энгельс, ул. Полтавская, дом 19 и ул. Железнодорожная, дом 13. Входные пути, пути перемещения внутри здания и территория соответствуют условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных групп студентов с ограниченными возможностями, беспрепятственному подъезду машин скорой помощи.

### **3.3 Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники**

1. Алексунин, В.И. Маркетинг. Учебное пособие. М., «Дашков и К», 2012
2. Басовский, Л.Е. Маркетинг. Учебное пособие М., «Инфа-М» 2013
3. Драчёва, Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент: Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 288 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга, краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. Электронный ресурс. <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5091>

##### **Интернет-ресурсы**

1. Маркетинг: методы и стратегии - <http://marketsite.narod.ru/>
2. Обзор российского и международного брендинга - [www.brandmanager.ru](http://www.brandmanager.ru)
3. Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>
4. Теория и практика маркетинга [www.4p.ru](http://www.4p.ru)
5. Теория количественных и качественных исследований (определение оптимальной цены, объема рынка, рыночных возможностей и т.д.).[www.comcon-2.com](http://www.comcon-2.com)
6. Все о менеджменте, маркетинге и рекламе [www.manager.ru](http://www.manager.ru)
7. Публикации по вопросам маркетинга [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)
8. Все о рекламе [www.rwr.ru](http://www.rwr.ru)

## 4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

### **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения по профессиональным компетенциям**

| Раздел (тема) учебной дисциплины                      | Основные показатели оценки результата                                                                                                   | Формы и методы контроля и оценки                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК 4.4. Организовывать работу коллектива исполнителей | Эффективность участия в организации работ в различных подразделениях предприятия, соблюдение требований к организации работы коллектива | наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе обучения;<br>- контроль выполнения внеаудиторных самостоятельных индивидуальных и групповых заданий;<br>- практические занятия |

### **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения по общим компетенциям**

| Результаты (освоенные общие компетенции)                                                                                                                  | Основные показатели оценки результата                                                                            | Формы и методы контроля и оценки                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 1. Понимать сущность социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес                                                 | Демонстрация интереса к будущей профессии                                                                        | наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе обучения;<br>- контроль выполнения внеаудиторных самостоятельных индивидуальных и групповых заданий;<br>- практические занятия |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | Показ организации рабочего места, применение методов и способов решений, исходя из целей профессиональных задач. |                                                                                                                                                                                    |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них                                                                            | Решение производственных задач в стандартных и нестандартных ситуациях, путем выполнения                         |                                                                                                                                                                                    |

|                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                 |  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| ответственность                                                                                                                                             | практических заданий.                                                                                                                                                                                           |  |
| ОК 4. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития               | Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.                                                                             |  |
| ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.                                                               | Использование программ автоматизации профессиональной деятельности (владеть навыками работы в специальных программах).                                                                                          |  |
| ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.                                                        | Эффективное взаимодействие в коллективе                                                                                                                                                                         |  |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий                                                 | Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий.                                                                                                                                 |  |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | Оценивать продукт своей деятельности; корректировать свои действия в зависимости от результата деятельности; планировать дальнейшее самообразование.                                                            |  |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.                                                                   | Отслеживать изменения в области профессиональной деятельности; осваивать современные технологии через различные формы повышения квалификации; вносить изменения в свою деятельность в условиях смены технологий |  |

[illegible]