

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
ОГА ПОУ «Новгородский торгово-технологический техникум»**

УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель директора по
учебной работе

И.А. Емельянова - И.А. Емельянова

«31» 08 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП06 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

43.02.05 Флористика
по программе подготовки специалистов среднего звена

Квалификация выпускника - флорист

Великий Новгород, 2020

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» по специальности 43.02.05 Флорист составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая 2014 г. № 469 и учебным планом, утвержденным ОГА ПОУ «НТТТ»

Организация-разработчик: областное государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Новгородский торгово-технологический техникум

Разработчики:

Кравченко С.В. *методист УМО*

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1.1 Область применения программы	4
1.2 Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена	4
1.3 Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины	4
1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	6
2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	12
3.2 Информационное обеспечение обучения	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	13
5.1 Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации	13
6. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС (приказ Минобрнауки РФ № 469 от 07.05.2014г.) по специальности СПО 43.02.05 Флористика.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

1.2 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» входит в блок общепрофессиональных дисциплин ОП06

1.3 Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отрасли;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- механизмы формирования заработной платы;
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового и управленческого общения;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области флористики;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга в области флористики;

- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;
- основы рекламы во флористике;

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, включающие в себя способность:

ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК1.1. Выполнять первичную обработку живых срезанных цветов и иного растительного материала.

ПК1.2. Изготавливать и аранжировать флористические изделия.

ПК1.3. Упаковывать готовые изделия

ПК2.1. Ухаживать за горшечными растениями.

ПК2.2. Создавать композиции из горшечных растений.

ПК2.3. Обеспечивать сохранность композиций на заданный срок.

ПК3.1. Проектировать композиционно-стилевые модели флористического оформления.

ПК3.2. Выполнять работы по флористическому оформлению помещений.

ПК3.3. Выполнять работы по флористическому оформлению объектов на открытом воздухе.

ПК3.4. Обеспечивать сохранность флористического оформления на заданный срок.

ПК4.1. Принимать и оформлять заказы на флористические работы.

ПК4.2. Согласовывать флористические работы со смежными организациями и контролирующими органами.

ПК4.3. Организовывать работы коллектива исполнителей.

ПК4.4. Организовывать и осуществлять розничную торговлю флористическими изделиями.

ПК4.5.Организовывать и осуществлять продажу флористических изделий по образцам (доставку цветов) с помощью информационно-коммуникационных технологий.

1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

- Максимальной учебной нагрузки обучающегося - 92 часа, в том числе:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 62 часа;
 - самостоятельной работы обучающегося – 30 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	92
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	62
теоретические занятия	56
практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	30
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрены)</i>	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 Основы экономики			
Тема 1.1	Содержание учебного материала	4	1,2
Экономика — система общественного воспроизводства	<p>1. Понятие экономики. Предмет, методы, функции, структура, взаимосвязь с другими науками. Производство как процесс создания полезного продукта. Факторы производства, их классификация. Производственные возможности общества и ограниченность ресурсов.</p> <p>2. Рынок, понятие и виды, инфраструктура и конъюнктура рынка, элементы рыночного механизма (спрос и предложение, рыночные цены, конкуренция). Монополия, антимонопольное законодательство. Закон спроса и предложения. Факторы, влияющие на спрос и предложение. Рыночное равновесие. Равновесная рыночная цена. Эластичность спроса и предложения.</p>		
Тема 1.2.	Содержание учебного материала	4	2
Предприятие (организация) как субъект хозяйствования.	<p>1. Виды экономической деятельности (отрасли народного хозяйства). Признаки отрасли общественного питания, ее роль и значение в экономике страны. Понятие организации, краткая характеристика, классификация, цели и задачи деятельности. Организационно-правовые формы предприятий, установленные ГК РФ, виды и особенности, достоинства и недостатки.</p> <p>2. Функции и задачи бухгалтерии как структурного подразделения предприятия. Организация учета на предприятии питания: объекты учета, основные принципы, формы ведения бухгалтерского учета, реквизиты первичных документов, их классификация, требования к оформлению документов, понятие инвентаризации и правила проведения. Права и обязанности главного бухгалтера предприятия общественного питания</p>		
Тема 1.3	Содержание учебного материала	4	2

Производственные фонды и ресурсы. Издержки производства и обращения	1.Ресурсы организации. Понятие основных фондов, их роль в процессе производства, основы классификации, понятие износа, виды оценки, понятие амортизации основных и методика ее расчета. НМА. Понятие оборотных средств, их роль в процессе производства, принципы классификации. Показатели эффективности использования ресурсов. Источники снабжения сырьём, продуктами и тарой. Понятие товарооборачиваемости		
	2.Понятие и классификация издержек производства и реализации. Факторы, влияющие на уровень издержек. Выявление резервов снижения затрат на производство и обращение, политика предприятия по снижению издержек. Учет затрат по экономическим элементам в системе управленческого учета Понятие себестоимости продукции в общественном питании. Расходы предприятий, не включаемые в издержки производства и обращения. Политика государства в области оплаты труда. Затраты на оплату труда, формирование фонда оплаты труда, определение средней заработной платы.		
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение трудового кодекса РФ: Разделы I, III, IV,V,VI,VII Подготовка докладов, рефератов, решение проблемных заданий	7	2
Тема 1.4 Ценообразование в организациях флористического бизнеса	Содержание учебного материала Понятие цены, ее элементы. Классификация цен и система цен. Методы ценообразования. Ценообразование на предприятиях. Виды цен и порядок их утверждения. Понятие калькуляции в организациях	2	2
	Тематика практических занятий Изучение методики калькуляции цен на продукцию цветочного бизнеса. Расчет цен на продукцию	2	3
Тема 1.5 Выпуск продукции и оборот предприятий	Содержание учебного материала Понятия «производственная мощность» и «производственная программа», их содержание, назначение. Экономическое содержание товарооборота предприятий питания, его классификация. Планирование и анализ товарооборота и оборота по выпуску продукции	2	2
Тема 1.6	Содержание учебного материала	4	2

Доходы и прибыль в организациях.	Валовой доход организации питания, его сущность и значение, источники образования. Прибыль: понятие, назначение, функции и виды. Порядок распределения и использования прибыли. Рентабельность: понятие и показатели рентабельности. Факторы, влияющие на прибыль и рентабельность		
	Тематика практических занятий	2	3
	Изучение методики расчета, анализа и планирования валового дохода, прибыли и рентабельности организации и факторов, влияющих на их величину.		
Тема 1.7.	Содержание учебного материала	8	2
Основы предпринимательства и бизнес-планирования	1.Сущность предпринимательства, его виды, значение малого бизнеса для экономики страны, меры господдержки малому бизнесу. Виды предпринимательских рисков и их страхование		
	2.Порядок регистрации и ликвидации предприятий. Сущность банкротства, его причины и признаки, способы предотвращения		
	3.Инновационная деятельность и инвестиционная политика организации: понятие, цели и задачи. Использование кредитов банков в хозяйственной деятельности. Понятие и принципы кредитования. Виды кредитов, предоставляемых юридическим лицам Бизнес-планирование и его роль в условиях рыночной экономики. Виды бизнес-планов, структура бизнес-плана, методика составления		
	4.Налоговая система РФ. Налогообложение организаций. Виды налогов и отчислений, уплачиваемых организацией		
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение Налогового кодекса Российской Федерации, Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" Изучение и анализ информации о состоянии рынка флористических услуг Российской Федерации, темпах роста, тенденциях развития	7	2
Раздел 2. Основы менеджмента			
Тема 2.1	Содержание учебного материала	6	2
Сущность, цели и задачи менеджмента. Предприятие как	1.Понятие менеджмента условия и предпосылки его возникновения. Современные подходы в менеджменте и принципы управления. Особенности управления в организациях питания. Цикл менеджмента, характеристика функций цикла и их		

объект управления	взаимосвязь. Организация, планирование, контроль и мотивация как функции управления. Понятие, назначение и виды		
	2.Планирование, его значение, цели, принципы, методы и этапы. Виды планов в организации бизнеса. Миссия организации, понятие и содержание		
	3.Система методов управления на предприятиях (организационные, административные, экономические, социально-психологические). Управленческое решение: понятие, виды. Методы принятия управленческого решения. Этапы принятия и реализации решений. Делегирование полномочий.		
Тема 2.2 Управление производственным персоналом. Система методов управления	Содержание учебного материала	6	2
	1.Сущность управления персоналом на предприятиях. Должностные инструкции и профессиональные стандарты.		
	2.Определение потребности в персонале, перестановка, обучение, аттестация, мотивация, создание команды на производстве. Количественный и качественный состав трудовых ресурсов организаций		
	3.Показатели движения кадров. Техническое нормирование труда. Показатели и резервы роста производительности труда в организациях. Мотивация труда		
Тема 2.3 Коммуникация как функция менеджмента	Содержание учебного материала	6	2
	1.Коммуникация как функция менеджмента. Деловое общение, его характеристика, виды, функции и назначение. Правила ведения бесед, совещаний, переговоров. Факторы и условия повышения эффективности делового общения. Фазы делового общения. Деловое общение менеджеров с потребителями услуг, руководством, подчиненными и коллегами по работе.		
	2.Управление конфликтами и стрессами. Понятие и классификация конфликтов, способы управления. Стресс: природа и причины. Психологическая устойчивость руководителя как основа нормальной обстановки в организации		
	3.Самоменеджмент. Планирование работы менеджера: рабочего дня, рабочей недели, организация рабочего места		
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение должностных инструкций, профессиональных стандартов, требований к организации рабочих мест, договоров о материальной ответственности на предприятиях. Подготовка докладов, рефератов, решение проблемных задач	8	2

Раздел 3. Основы маркетинга			
Тема 3.1 Понятие маркетинга, его цели и функции	Содержание учебного материала	4	1,2
	1.Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга, их краткая характеристика. Основные концепции развития маркетинга, их отличительные особенности. Необходимость совершенствования маркетинга в современных условиях. Содержание маркетинговой деятельности. 2.Управление маркетингом и планирование маркетинговой деятельности в организации Маркетинговые коммуникации. Реклама и ее виды. Средства рекламы		
Тема 3.2 Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала	6	2
	1.Определение спроса и потребностей в услугах организаций. Емкость рынка. Сегментирование рынка, факторы, влияющие на поведение покупателей, выбор целевого рынка организацией питания.		
	2.Методы и виды маркетинговых исследований. Качественные и количественные методы исследования. Наблюдение за потребителями. Экспертный опрос. Мозговой штурм. Изучение реакции респондентов. Количественные методы исследования		
	3 Опросы (анкетирование респондентов). Технология и виды опросов в маркетинговых исследованиях. Выбор конкретных методов маркетинговых исследований. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях		
	Тематика практических занятий	2	3
	1.Изучение методов проведения количественных и качественных маркетинговых исследований в организациях . Составление анкеты для изучения потребительских предпочтений		
	Самостоятельная работа обучающихся (при наличии указывается тематика и содержание домашних заданий) Сбор и анализ информации о ценовой политике предприятий розничной торговли. Подготовка докладов, рефератов, презентаций, решение проблемных заданий	8	2
Всего:			92

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально - техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения (по необходимости):

- компьютеры с лицензионным программным обеспечением.
- мультимедиапроектор.

3.2 Информационное обеспечение обучения

основные источники:

1. Кнышева Е.Н. Менеджмент: Учебное пособие / Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: (Профессиональное образование) [Электронный ресурс]
2. Экономика организации: учебник / А.М. Фридман. — М.: РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). — [Электронный ресурс]
3. Федыко В.П. Маркетинг: Учебник / В.П. Федыко, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова, С.А. Иващенко; под ред. проф. В.П. Федыко. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М: Академцентр, 2012. - 368 с.

дополнительные источники:

1. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: [Электронный ресурс]
2. Райченко А.В. Менеджмент: учеб. пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). [Электронный ресурс]

интернет - ресурсы: интернет - ресурсы:

Официальный сайт Центрального банка РФ. - www.cbr.ru

Официальный сайт Пенсионного фонда РФ. - www.pfrf.ru

Официальный сайт Фонда социального страхования РФ. - www.fss.ru

<http://www.ecsocman.edu.ru/> - Федеральный портал Экономика, социология, менеджмент

<http://allmedia.ru/> - Российский деловой медиапортал

<http://www.opes.ru/> - Научно-образовательный портал IQ

<http://www.nlr.ru/> - Российская национальная библиотека

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических работ, тестирования, а также по результатам выполнения обучающимися индивидуальных заданий, самостоятельных работ, компьютерного тематического тестирования.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Знания: основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; современное состояние и перспективы развития отрасли; роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; механизмы ценообразования на продукцию (услуги); механизмы формирования заработной платы; формы оплаты труда; стили управления, виды коммуникации; принципы делового и управленческого общения; управленческий цикл; особенности менеджмента в области флористики; сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга в области флористики; формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации; основы рекламы во флористике;	Устный и письменный контроль, оценка выполнения практических, самостоятельных работ, защита индивидуальных самостоятельных работ, тестирование по темам.
Умения: рассчитывать основные технико- экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг	Оценка выполнения практических, самостоятельных работ, защита индивидуальных самостоятельных работ, тестирования по темам. Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
Основы экономики, менеджмента и маркетинга
Специальность 43.02.05 Флористика

5.1 Материалы для подготовки к промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов к дифференцированному зачету

1. Организация-основное звено экономики
2. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности.
3. Организационно-правовые формы организаций и их характеристика.
4. Предпринимательские союзы и ассоциации.
5. Основной капитал и его роль в производстве
6. Оборотный капитал
7. Капитальные вложения и их эффективность
8. Кадры организации и производительность труда
9. Организация оплаты труда
10. Издержки производства
11. Цена и ценообразование
12. Прибыль и рентабельность
13. Финансы организации
14. Понятие управления. Объект и субъект управления. Цели, задачи и основные функции менеджмента.
15. Понятие организации: характеристика организаций, цели и задачи организации.
16. Цели и задачи – как внутренние переменные организации. Миссия организации.
17. Понятие технологии. Управленческие технологии. Технология как внутренняя переменная организации.
18. Люди – как внутренняя переменная организации. Характеристика персонала организации
19. Понятие организационной структуры. Проектирование организации.
20. Делегирование полномочий. Ответственность в контексте делегирования.
21. Преимущества и недостатки функциональной структуры управления.
22. Структуры управления.
23. Понятие мотивации сотрудников. Мотивационный процесс и эффективность деятельности организации. Создание системы мотивации труда.
24. Иерархия потребностей по А. Маслоу.
25. Система потребностей по МакКлелланду.
26. Классификация управленческих решений.
27. Основные этапы процесса принятия управленческого решения. Реализация управленческих решений.
28. Обоснование управленческих решений. Методы и подходы принятия решений.
29. Понятие группы в организации. Значимость групп для организации.
30. Факторы, влияющие на эффективность работы групп.
31. Основные качества менеджера, работа менеджера. Понятие стиля руководства. Управленческая решетка стилей руководства.

32. Понятие лидерства в организации. Подходы к лидерству.
33. Природа конфликтов в организации. Типология конфликтов.
34. Причины возникновения конфликтов.
35. Модель конфликтной ситуации.
36. Понятие и сущность маркетинга.
37. Исходные идеи маркетинга. Функции и субъекты маркетинга.
38. Основные этапы процесса принятия решения о покупке товара и услуги.
39. Основные принципы сегментирования потребительских рынков и рынков товаров промышленного назначения. Критерии сегментирования.
40. Общие этапы процесса сегментирования рынков.
41. Понятие товара. Идея трех уровней товара. Классификация товаров.
42. Разработка комплекса маркетинга.
43. Стратегия и тактика ценообразования.
44. Факторы ценообразования.
45. Понятие и цели позиционирования товара на рынке. Стратегии позиционирования.
46. Сущность маркетинговых коммуникаций. Процесс маркетинговых коммуникаций.
47. Жизненный цикл товара и стратегия маркетинга по ходу жизненного цикла товара.
48. Деятельность по стимулированию сбыта.
49. Роль рекламы в комплексе стимулирования. Виды и задачи рекламы. Основные решения в сфере рекламы.
50. Модель покупательского поведения. Побудительные приёмы маркетинга и ответная реакция потребителей.

5.2 Критерии оценки для проведения дифференцированного зачета по учебной дисциплине

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если отсутствует знание и понимание теоретического содержания курса; несформированность большей части практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, очень низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, ниже минимального); отсутствует мотивация к обучению.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если присутствует знание и понимание теоретического содержания курса с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, близким к минимальному); низкий уровень мотивации учения.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если есть полное знание и понимание теоретического содержания курса; недостаточность в обосновании отдельных собственных суждений, не оказывающая значительного влияния на

формирование практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; достаточное качество выполнения всех предусмотренных программой обучения заданий; средний уровень мотивации учения.

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если есть полное знание и понимание теоретического содержания курса, без пробелов; обоснование собственных суждений с учетом сформированных необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; высокое качество выполнения всех предусмотренных программой обучения заданий.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по учебной дисциплине

Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности общекультурных компетенций обучающихся, уровней обученности: «знать», «уметь».

При сдаче дифференцированного зачета:

- профессиональные знания обучающихся могут проверяться при ответе на теоретические вопросы;
- степень владения профессиональными умениями, уровень сформированности компетенций (элементов компетенций) – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий

6. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа: одобрена на 20__ / __ учебный год и утверждена начальником учебно – методического отдела Владимировой Н.А.

от ____ _____ 20__ г.

(подпись)

Рабочая программа: одобрена на 20__ / __ учебный год и утверждена начальником учебно – методического отдела Владимировой Н.А.

от ____ _____ 20__ г.

(подпись)