

Государственное профессиональное образовательное учреждение  
«Кемеровский аграрный техникум» имени Г.П.Левина

УТВЕРЖДАЮ  
Директор В.А. Римша

«17»июня 2024 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

учебной дисциплины

**ОП.10 МАРКЕТИНГ**

Специальность:

**38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)**

2024

РАССМОТРЕНО  
На заседании цикловой комиссии  
профессиональных дисциплин

Председатель О.А. Солдатенко

Протокол №10 от « 07 » июня 2024 г.

СОГЛАСОВАНО  
Заместитель директора  
по учебной работе

Е.И. Яковлева

«14» июня 2024 г.

Автор-составитель:

Д.Н.Опарина, преподаватель ГПОУ КАТ им. Г.П.Левина.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.10 Маркетинг составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), утвержденным Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 февраля 2018 №69, с учетом профессионального стандарта «Бухгалтер», утвержденного Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21.02.2019 №103н, с учетом примерной основной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по данной специальности 2018г. и с учетом получаемой профессии.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 МАРКЕТИНГ .....	4
1.1. Область применения программы .....	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: .....	4
1.3. Цель и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины: .	4
1.4 Корреляция общих компетенций ФГОС СПО с личностными результатами ОПОП СПО *** .....	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	8
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы .....	8
2.2 Распределение объема ОП по разделам и темам – очная форма обучения.....	8
2.3 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.10 Маркетинг – очная форма обучения .....	10
2.4 Распределение объема ОП по разделам и темам – заочная форма обучения .....	14
2.5 Тематический план и содержание учебной дисциплины – заочная форма обучения .....	15
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	19
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.....	19
3.2. Информационное обеспечение обучения .....	19
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	21

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.10 МАРКЕТИНГ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.10 Маркетинг составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), утвержденным Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 февраля 2018 №69, с учетом профессионального стандарта «Бухгалтер», утвержденного Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21.02.2019 №103н, с учетом примерной основной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена по данной специальности 2018г. и с учетом получаемой профессии.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки), повышении квалификации руководителей среднего звена, специалистов экономического профиля.

## 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.10 Маркетинг является вариативной частью общепрофессионального учебного цикла профессиональной подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

## 1.3. Цель и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины «Маркетинг» обучающийся **должен знать:**

- 31 - структуру маркетинговой деятельности;
- 32 - классификацию маркетинга;
- 33 - принципы, объекты, субъекты, средства и методы маркетинговой деятельности;
- 34 - маркетинговую окружающую среду;
- 35 - виды конкуренции, конкурентоспособность организации;
- 36 - стратегию и планирование маркетинга.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен уметь:**

- У1 - выявлять потребности;
- У2 - проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;
- У3 - организовывать рекламные компании и составлять сметы расходов;
- У4 - проводить опрос потребителей;
- У6 - применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта.

Должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Бухгалтер должен обладать **профессиональными компетенциями**:

ПК 4.4. Проводить контроль и анализ информации об активах и финансовом положении организации, ее платежеспособности и доходности;

ПК 4.5. Принимать участие в составлении бизнес-плана;

ПК 4.6. Анализировать финансово-хозяйственную деятельность, осуществлять анализ информации, полученной в ходе проведения контрольных процедур, выявление и оценку рисков;

ПК 4.7. Проводить мониторинг устранения менеджментом выявленных нарушений, недостатков и рисков.

#### **1.4 Корреляция общих компетенций ФГОС СПО с личностными результатами ОПОП СПО \*\*\***

№№ п/п	Общие компетенции	ОПОП СПО
1	ОК 01	ЛР2; ЛР6; ЛР13;
2	ОК 02	ЛР13; ЛР14; ЛР15;
3	ОК 03	ЛР4; ЛР12; ЛР16;
4	ОК 04	ЛР11; ЛР14;
5	ОК 05	ЛР5;
6	ОК 06	ЛР1; ЛР2; ЛР3; ЛР7; ЛР8;
7	ОК 07	ЛР2; ЛР10;
8	ОК 08	ЛР9;
9	ОК 09	ЛР4; ЛР15;

\*\*\*Примечание: далее личностные результаты планируются с учетом особенностей преподавания данной дисциплины (см. п. 1.3).

#### **ЛИЧНОСТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОПОП СПО**

**ЛР 1** Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе, и современном мировом сообществе. Сознующий свое единство с народом России,

с Российским государством, демонстрирующий ответственность за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать историческую правду о Российском государстве

**ЛР 2** Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранниками

**ЛР 3** Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий

и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней.

**ЛР 4** Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию в течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»

**ЛР 5** Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России, к Российскому Отечеству. Проявляющий ценностное отношение к историческому и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права.

**ЛР 6** Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации.

**ЛР 7** Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения.

Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей.

**ЛР 8** Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение.

**ЛР 9** Сознательный ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных склонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде.

**ЛР 10** Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира, проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них

**ЛР 11** Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве. Выражающий ценностное отношение к технической и промышленной эстетике.

**ЛР 12** Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания

**ЛР 13** Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности

**ЛР 14** Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

**ЛР 15** Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Вид учебной работы	Объем часов	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
<b>Объем ОП</b>	<b>52</b>	<b>52</b>
<b>С преподавателем</b>	50	10
в том числе:		
практические занятия	18	4
контрольные работы	-	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	2	42
в том числе:		
- систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем);	2	2
- подготовка докладов;		4
- подготовка сообщений;		4
- составление опорных конспектов;		11
- составление схем;		2
- составление тематических кроссвордов;		3
- составление тезауруса по дисциплине;		2
- практические задания.	14	
Форма промежуточной аттестации:	6 семестр - другие	Домашняя контрольная работа – 2 семестр Другие – 2 семестр

### 2.2 Распределение объема ОП по разделам и темам – очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем программы	Количество часов по учебному плану					
		Макс. нагрузка (час)	Самост. работа	Обязательная учебная нагрузка (час)			
				Всего	в том числе		
			Теорет. занятия		ЛЗ	ПЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	<b>Раздел 1. Понятие, сущность маркетинга. Принципы, функции, цели</b>	2	-	2	2	-	
2.	Тема 1.1. Определение маркетинга. Принципы и функции	2	-	2	2	-	
3.	<b>Раздел 2. Сегментация рынка</b>	6	-	6	2	-	4
4.	Тема 2.1. Понятие сегментации рынка.	4	-	4	2	-	2

	Признаки сегментации.						
5.	Тема 2.2. Выбор целевого рынка	2	-	2		-	2
6.	<b>Раздел 3. Маркетинговая окружающая среда</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	
7.	Тема 3.1. Понятие среды маркетинга. Внутренняя и внешняя среда маркетинга	2	-	2	2	-	
8.	<b>Раздел 4. Объекты маркетинга</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
9.	Тема 4.1. Основные понятия маркетинга	8	2	6	4	-	2
10.	<b>Раздел 5. Субъекты маркетинга</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
11.	Тема 5.1. Основные группы субъектов маркетинга	2	-	2	2	-	
12.	Тема 5.2. Конкуренты	4	-	4	2	-	2
13.	<b>Раздел 6. Товар и товарная политика</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
14.	Тема 6.1. Маркетинговое понимание товара	6	-	6	4	-	2
15.	Тема 6.2. Рыночная атрибутика товаров	2	-	2	2	-	
16.	<b>Раздел 7. Сбытовая политика предприятия</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	
17.	Тема 7.1. Понятие о сбыте и сбытовой политике	2	-	2	2	-	
18.	<b>Раздел 8. Ценовая политика</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>4</b>
19.	Тема 8.1. Цена товара и методы ее формирования	6	-	6	2	-	4
20.	<b>Раздел 9. Продвижение товара</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
21.	Тема 9.1. Понятие продвижения товара	2	-	2	2	-	
22.	Тема 9.2. Продвижение товара. Реклама.	4	-	4	2	-	2
23.	<b>Раздел 10. Стратегическое маркетинговое планирование</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
24.	Тема 10.1. Понятие и основные направления стратегического планирования	2	-	2	2	-	-
25.	<b>Раздел 11. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
26.	Тема 1.11. Содержание и направления маркетинговых исследований	4	-	4	2	-	2
	<b>Всего</b>	<b>52</b>	<b>2</b>	<b>50</b>	<b>32</b>	<b>-</b>	<b>18</b>

### 2.3 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.10 Маркетинг – очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Объём ОП	№ учебн. занятий	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды ОК, ПК, знаний, умений, личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы	Материальное и информационное обеспечение занятий
1	2	3	4	5	6	7
<b>Раздел 1. Понятие, сущность маркетинга. Принципы, функции, цели</b>				<b>2</b>		
<b>Тема 1.1. Определение маркетинга. Принципы и функции</b>	<b>2</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>		Презентация, Раздаточный материал по теме ОИ 1 ИР-2
		1	<b>Определение маркетинга. Принципы и функции маркетинга.*</b> Возникновение маркетинга и его эволюция. Объект и субъект маркетинга. Рынок как объект маркетинга. Основные элементы, характеристики, классификация рынка. Классификация маркетинга. Структура и методы маркетинговой деятельности.	2	ОК 02, ОК 04, 32, 33	
<b>Раздел 2. Сегментация рынка</b>				<b>6</b>		
<b>Тема 2.1. Понятие сегментации рынка. Признаки сегментации</b>	<b>6</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>		Презентация, Раздаточный материал по теме, МУ по ПР ОИ 2
		2	<b>Понятие сегментации рынка. Признаки сегментации.</b> Значение сегментации.	2	ОК 02, ОК 04, 31, У2	
		<b>Практическое занятие</b>		<b>4</b>		
		3	<b>ПР № 1. Сегментирование рынка.</b>	2		
4	<b>ПР № 2. Определение рыночных показателей</b>	2				
<b>Раздел 3. Маркетинговая окружающая среда</b>				<b>2</b>		
<b>Тема 3.1. Понятие среды маркетинга. Внутренняя и внешняя среда маркетинга</b>	<b>2</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>		Презентация ОИ 3
		5	<b>Понятие маркетинговой окружающей среды. Внутренняя и внешняя среда маркетинга.</b> Структура внешней среды маркетинга. Состав микросреды маркетинга. Состав макросреды маркетинга.	2	ОК 02, 34	

<b>Раздел 4. Объекты маркетинга</b>			<b>8</b>			
<b>Тема 4.1. Основные понятия маркетинга</b>	<b>8</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>			
		6	<b>Основные понятия маркетинга.</b> Понятие нужды и потребности. Классификация и характеристика потребностей.	2	ОК 02, ОК 04, ОК 05, 33, У2, У4	Презентация, Раздаточный материал по теме, МУ по ПР ОИ 1 ДИ 1 ДИ 3
		7	<b>Матрица потребностей.</b> Иерархия потребностей по Маслоу.	2		
		<b>Практическое занятие</b>		<b>2</b>		
		8	<b>ПР № 3.</b> Объекты маркетинговой деятельности.	2		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>2</b>		
-	Написание докладов по теме: «Анализ спроса на сельскохозяйственную продукцию в РФ»	2				
<b>Раздел 5. Субъекты маркетинга</b>			<b>4</b>			
<b>Тема 5.1. Основные группы субъектов маркетинга</b>	<b>2</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>			
		9	<b>Основные группы субъектов маркетинга.</b> Потребители и покупатель. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Типология потребителей. Модель потребительского поведения.	2	ОК 02, ОК 05, 31, 33, 35, ПК 4.6, У2	Раздаточный материал по теме ОИ 1
<b>Тема 5.2. Конкуренты</b>	<b>4</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>			
		10	<b>Конкуренты.</b> Понятие о конкуренции, ее функции. Конкуренция и рынок. Виды конкуренции. Стратегии конкуренции. <b>Определение конкурентоспособности товара организации.</b> Конкурентоспособность товара. Конкурентоспособность организации.	2	ОК 02, ОК 05, 31, 33, 35, ПК 4.6, У2	Презентация, МУ по ПР ДИ 2
		<b>Практическое занятие.</b>		<b>2</b>		
11	<b>ПР № 4.</b> Определение конкурентоспособности товара и организации	2				
<b>Раздел 6. Товар и товарная политика</b>			<b>8</b>			
<b>Тема 6.1. Маркетинговое понимание товара</b>	<b>6</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>			
		12	<b>Маркетинговое понимание товара.</b> Товар в маркетинговом понимании и его слагаемые. Жизненный цикл товара. Признаки лежащие в основе классификации товаров.	2	ОК 01-ОК 06, 31, У1, У4	Презентация, МУ по ПР ОИ 2
		<b>Практическое занятие</b>		<b>2</b>		
		13	<b>ПР № 5.</b> Анализ поведения потребителей при совершении покупки.	2		
<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>				

		14	Товарная политика и товарный ассортимент	2	ОК 01-ОК 05, 31, У1, У4	ДИ 2
Тема 6.2. Рыночная атрибутика товаров	2	Содержание учебного материала		2		
		15	Рыночная атрибутика товаров. Товарно-знаковая символика. Основные требования, предъявления к товарной марке.	2	ОК 01-ОК 06, 31, У1, У4	Презентация ДИ 2
Раздел 7. Сбытовая политика предприятия				2		
Тема 7.1. Понятие о сбыте и сбытовой политике	2	Содержание учебного материала		2		
		16	Понятие о сбыте и сбытовой политике. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы сбыта их виды. Торговые посредники: типы и виды. Оптовая и розничная торговля.	2	ОК 01, ОК 05, 31	Презентация, Раздаточный материал по теме ОИ 1
Раздел 8. Ценовая политика				6		
Тема 8.1. Цена товара и методы ее формирования	6	Содержание учебного материала		2		
		17	Цена товара и методы ее формирования. Ценовая стратегия предприятия. Виды цен. Методы формирования цены.	2	ОК 03, 31, У2, ПК 4.4., ПК 4.6.	Презентация, МУ по ПР ОИ 3
		Практические занятия		4		
		18	ПР № 6. Анализ ценовой политики	2		
19	ПР № 7. Решение задач по ценообразованию	2				
Раздел 9. Продвижение товара				6		
Тема 9.1. Понятие продвижения товара	2	Содержание учебного материала		2		
		20	Понятие продвижения товара. Общая задача. Виды продвижения. Цели продвижения. Паблик рилейшнз.	2	31, У2, У3, У5, У6, ОК 02, ОК 04, ПК 4.7	Презентация ОИ 3
Тема 9.2. Продвижение товара. Реклама	4	Содержание учебного материала		2		
		21	Продвижение товара. Реклама Роль рекламы, ее цели и основные характеристики. Функции и виды рекламы. Средства рекламы. Рекламная компания.	2	31, У2, У3, У5, У6, ОК 02, ОК 04, ПК 4.7	Раздаточный материал по теме, МУ по ПР ОИ 3
		Практическое занятие		2		
22	ПР № 8. Составление рекламных проспектов и сметы расходов	2				
Раздел 10. Стратегическое маркетинговое планирование				2		
Тема 10.1. Понятие и основные	2	Содержание учебного материала		2		
		23	Понятие и основные направления стратегического планирования. Порядок разработки и структура плана	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04,	Презентация ОИ 3

направления стратегического планирования			маркетинга. Стратегия и планирование маркетинга		36, ПК 4.5.	
<b>Раздел 11. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация</b>				<b>4</b>		
<b>Тема 11.1. Содержание и направления маркетинговых исследований</b>	<b>4</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>		
		24	<b>Содержание и направления маркетинговых исследований.</b> Маркетинговая информационная система. Виды информации, их классификация. Методы маркетинговых исследований. Виды и типы маркетинговых исследований.	2	ОК 02, 31, У1, У2, У4, ПК 4.7	Презентация, МУ по ПР ОИ 2
		<b>Практическое занятие</b>		<b>2</b>		
25	<b>ПР № 9.</b> Изучение методов сбора маркетинговой информации и анализа полученных результатов. Расчёт точки безубыточности	2				
<b>Всего:</b>				<b>52</b>		

\* Жирным шрифтом выделена тема для заполнения учебного журнала (при наличии большого количества дидактических единиц);

\*\* Курсивом выделена тема для формирования дополнительных умений и знаний.

## 2.4 Распределение объема ОП по разделам и темам – заочная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем программы	Количество часов по учебному плану					
		Макс. нагрузка (час)	Самост. работа	Обязательная учебная нагрузка (час)			
				Всего	в том числе		
					Теорет. занятия	ЛЗ	ПЗ
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	<b>Раздел 1. Понятие, сущность маркетинга. Принципы, функции, цели</b>	2	-	2	2	-	
2.	Тема 1.1. Определение маркетинга. Принципы и функции	2	-	2	2	-	
3.	<b>Раздел 2. Сегментация рынка</b>	6	4	2	-	-	2
4.	Тема 2.1. Понятие сегментации рынка. Признаки сегментации.	4	2	2	-	-	2
5.	Тема 2.2. Выбор целевого рынка	2	2	-	-	-	-
6.	<b>Раздел 3. Маркетинговая окружающая среда</b>	2	2	-	-	-	-
7.	Тема 3.1. Понятие среды маркетинга. Внутренняя и внешняя среда маркетинга	2	2	-	-	-	-
8.	<b>Раздел 4. Объекты маркетинга</b>	8	8	-	-	-	-
9.	Тема 4.1. Основные понятия маркетинга	8	8	-	-	-	-
10.	<b>Раздел 5. Субъекты маркетинга</b>	6	6	-	-	-	-
11.	Тема 5.1. Основные группы субъектов маркетинга	2	2	-	-	-	-
12.	Тема 5.2. Конкуренты	4	4	-	-	-	-
13.	<b>Раздел 6. Товар и товарная политика</b>	8	8	-	-	-	-
14.	Тема 6.1. Маркетинговое понимание товара	6	6	-	-	-	-
15.	Тема 6.2. Рыночная атрибутика товаров	2	2	-	-	-	-
16.	<b>Раздел 7. Сбытовая политика предприятия</b>	2	-	2	2	-	-
17.	Тема 7.1. Понятие о сбыте и сбытовой политике	2	-	2	2	-	-
18.	<b>Раздел 8. Ценовая политика</b>	6	4	2	2	-	-
19.	Тема 8.1. Цена товара и методы ее формирования	6	4	2	2	-	-
20.	<b>Раздел 9. Продвижение товара</b>	6	6	-	-	-	-
21.	Тема 9.1. Понятие продвижения товара	2	2	-	-	-	-
22.	Тема 9.2. Продвижение товара. Реклама.	4	4	-	-	-	-
23.	<b>Раздел 10. Стратегическое маркетинговое планирование</b>	2	2	-	-	-	-
24.	Тема 10.1. Понятие и основные направления стратегического планирования	2	2	-	-	-	-
25.	<b>Раздел 11. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация</b>	4	2	2	-	-	2
26.	Тема 1.11. Содержание и направления маркетинговых исследований	4	2	2	-	-	2
	<b>Всего</b>	<b>52</b>	<b>42</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>4</b>

## 2.5 Тематический план и содержание учебной дисциплины – заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Объём ОП	№ учебн. занятий	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды ОК, ПК, знаний, умений, личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы	Материальное и информационное обеспечение занятий
1	2	3	4	5	6	7
<b>Раздел 1. Понятие, сущность маркетинга. Принципы, функции, цели</b>				<b>2</b>		
Тема 1.1. Определение маркетинга. Принципы и функции	2	Содержание учебного материала		2		
		1	Определение маркетинга. Принципы и функции маркетинга. Возникновение маркетинга и его эволюция. Объект и субъект маркетинга. Рынок как объект маркетинга. Основные элементы, характеристики, классификация рынка. Классификация маркетинга. Структура и методы маркетинговой деятельности.	2	ОК 02, ОК 04, 32, 33	Презентация, Раздаточный материал по теме ОИ 1 ИР-2
<b>Раздел 2. Сегментация рынка</b>				<b>4</b>		
Тема 2.1. Понятие сегментации рынка. Признаки сегментации	4	Самостоятельная работа обучающихся		2		
		-	Понятие сегментации рынка. Признаки сегментации. Значение сегментации.	2	ОК 02, ОК 04, 31, У2	Презентация, Раздаточный материал по теме, МУ по ПР ОИ 2
		Практические занятия		2		
		2	ПР № 1. Сегментирование рынка.	2		
Тема 2.2. Выбор целевого рынка	2	Самостоятельная работа обучающихся		2	ОК 02, ОК 04, 31, У2	МУ по ПР ОИ 2
		-	Практическое занятие Определение рыночных показателей	2		
<b>Раздел 3. Маркетинговая окружающая среда</b>				<b>2</b>		
Тема 3.1. Понятие среды маркетинга.	2	Самостоятельная работа обучающихся		2	ОК 02, 34	Презентация, Раздаточный материал по теме,
		-	Понятие маркетинговой окружающей среды. Внутренняя и внешняя среда маркетинга. Структура внешней среды	2		

Внутренняя и внешняя среда маркетинга		маркетинга. Состав микросреды маркетинга. Состав макросреды маркетинга.			МУ по ПР ОИ 3
<b>Раздел 4. Объекты маркетинга</b>			<b>8</b>		
Тема 4.1. Основные понятия маркетинга	8	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>4</b>		
		- <b>Основные понятия маркетинга.</b> Понятие нужды и потребности. Классификация и характеристика потребностей.	2	ОК 02, ОК 04, ОК 05, 33, У2, У4	Презентация, Раздаточный материал по теме, МУ по ПР
		- <b>Матрица потребностей.</b> Иерархия потребностей по Маслоу.	2		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> <b>Практическое занятие</b>	<b>2</b>		
		- <b>Объекты маркетинговой деятельности.</b>	2		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>		
		- <b>Написание докладов по теме: «Анализ спроса на сельскохозяйственную продукцию в РФ»</b>	2		
<b>ОИ 1 ДИ 1 ДИ 3</b>					
<b>Раздел 5. Субъекты маркетинга</b>			<b>6</b>		
Тема 5.1. Основные группы субъектов маркетинга	2	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	2		
		- <b>Основные группы субъектов маркетинга.</b> Потребители и покупатель. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Типология потребителей. Модель потребительского поведения.	2	ОК 02, ОК 05, 31, 33, 35, ПК4.6, У2	Презентация, Раздаточный материал по теме ОИ 1
Тема 5.2. Конкуренты	4	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>		
		- <b>Конкуренты.</b> Понятие о конкуренции, ее функции. Конкуренция и рынок. Виды конкуренции. Стратегии конкуренции. <b>Определение конкурентоспособности товара организации.</b> Конкурентоспособность товара. Конкурентоспособность организации.	2	ОК 02, ОК 05, 31, 33, 35, ПК4.6, У2	Презентация, Раздаточный материал по теме, МУ по ПР ДИ 2
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> <b>Практическое занятие</b>	<b>2</b>		
- <b>Определение конкурентоспособности товара и организации</b>	2				
<b>Раздел 6. Товар и товарная политика</b>			<b>8</b>		
Тема 6.1. Маркетинговое понимание товара	6	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>		
		<b>Маркетинговое понимание товара.</b> Товар в маркетинговом понимании и его слагаемые. Жизненный цикл товара. Признаки лежащие в основе классификации товаров.	2	ОК 01-ОК 06, 31, У1, У4	Презентация, Раздаточный материал по теме,

		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> <b>Практическое занятие</b>	<b>2</b>		МУ по ПР ОИ 2
		- Анализ поведения потребителей при совершении покупки.	2		
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>		
		- <b>Товарная политика и товарный ассортимент</b>	2		
<b>Тема 6.2.</b> <b>Рыночная атрибутика товаров</b>	<b>2</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>		
		- <b>Рыночная атрибутика товаров.</b> Товарно-знаковая символика. Основные требования, предъявления к товарной марке.	2	ОК 01-ОК 06, 31, У1, У4	Раздаточный материал по теме, МУ по ПР ДИ 2 И-Р 1
<b>Раздел 7. Сбытовая политика предприятия</b>			<b>2</b>		
<b>Тема 7.1.</b> <b>Понятие о сбыте и сбытовой политике</b>	<b>2</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
		3 <b>Понятие о сбыте и сбытовой политике.</b> Виды сбыта. Средства сбыта: каналы сбыта их виды. Торговые посредники: типы и виды. Оптовая и розничная торговля.	2	ОК 01, ОК 05, 31	Презентация, ОИ 1
<b>Раздел 8. Ценовая политика</b>			<b>6</b>		
<b>Тема 8.1.</b> <b>Цена товара и методы ее формирования</b>	<b>6</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
		4 <b>Цена товара и методы ее формирования.</b> Ценовая стратегия предприятия. Виды цен. Методы формирования цены.	2	ОК 03, 31, У2, ПК4.4., ПК4.6.	Презентация, Раздаточный материал по теме, МУ по ПР ОИ 3
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> <b>Практические занятия</b>	<b>4</b>		
		- Анализ ценовой политики	2		
		- Решение задач по ценообразованию	2		
<b>Раздел 9. Продвижение товара</b>			<b>6</b>		
<b>Тема 9.1.</b> <b>Понятие продвижения товара</b>	<b>2</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	31, У2, У3, У5, У6, ОК 02, ОК 04, ПК 4.7	Презентация, Раздаточный материал по теме, МУ по ПР ОИ 3
		- <b>Понятие продвижения товара.</b> Общая задача. Виды продвижения. Цели продвижения. Паблик рилейшнз.	2		
<b>Тема 9.2.</b> <b>Продвижение товара. Реклама</b>	<b>4</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>		
		- <b>Продвижение товара. Реклама</b> Роль рекламы, ее цели и основные характеристики. Функции и виды рекламы. Средства рекламы. Рекламная компания.	2		

		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>		
		<b>Практическое занятие</b>			
		- Составление рекламных проспектов и сметы расходов	2		
<b>Раздел 10. Стратегическое маркетинговое планирование</b>			<b>2</b>		
<b>Тема 10.1.</b>	<b>2</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>		
<b>Понятие и основные направления стратегического планирования</b>		- <b>Понятие и основные направления стратегического планирования.</b> Порядок разработки и структура плана маркетинга. Стратегия и планирование маркетинга	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, 36, ПК 4.5.	Презентация ОИ 3
<b>Раздел 11. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация</b>			<b>4</b>		
<b>Тема 11.1.</b>	<b>4</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>		
<b>Содержание и направления маркетинговых исследований</b>		- <b>Содержание и направления маркетинговых исследований.</b> Маркетинговая информационная система. Виды информации, их классификация. Методы маркетинговых исследований. Виды и типы маркетинговых исследований.	2	ОК 02, 31, У1, У2, У4, ПК 4.7	Презентация, МУ по ПР ОИ 2
		<b>Практическое занятие</b>	<b>2</b>		
		5 <b>ПР № 2.</b> Изучение методов сбора маркетинговой информации и анализа полученных результатов. Расчёт точки безубыточности	2		
<b>Всего:</b>			<b>52</b>		

\* Жирным шрифтом выделена тема для заполнения учебного журнала (при наличии большого количества дидактических единиц);

\*\* Курсивом выделена тема для формирования дополнительных умений и знаний.

## 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

1. Кабинет «Менеджмента», в том числе для внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся.
2. Посадочные места по количеству обучающихся.
3. Рабочее место преподавателя, оснащенное ноутбуком, принтером, сканером.
4. Доска.
5. Мультимедийное оборудование.
6. Компьютерная техника с установленным лицензионным программным обеспечением и возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.
7. Технические средства обучения: комплект бланков документации; комплект наглядных пособий по темам: «Маркетинг».
8. Комплект учебно-методической документации.

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

#### Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

##### Основные источники:

1. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 292 с. – (Среднее профессиональное образование). – ISBN 978-5-16-014862-5. // ЭБС «Znanium» – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1372729> (дата обращения: 04.06.2024). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
2. Морошкин, В. А. Маркетинг: учебное пособие / В.А. Морошкин, Н.А. Контарёва, Н.Ю. Курганова. – Москва: ФОРУМ, 2020. – 352 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-91134-432-0. // ЭБС «Znanium» – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072282> (дата обращения: 04.06.2024). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
3. Лукина, А. В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. – 238 с. – (Среднее профессиональное образование). – ISBN 978-5-00091-694-0. // ЭБС «Znanium» – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818638> (дата обращения: 04.06.2024). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

##### Дополнительные источники:

1. Басовский, Л. Е. Маркетинг: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/18431. - ISBN 978-5-16-019248-2. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1913238>(дата обращения: 04.06.2024). – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
2. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие / А.В. Лукина. – 2-е изд., доп. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. – 239 с. – (Среднее профессиональное образование). – ISBN 978-5-00091-686-5. // ЭБС «Znanium» – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1371939> (дата обращения: 04.06.2024). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
3. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018914-7. - Текст: электронный. - URL:

<https://znanium.ru/catalog/product/2067373>(дата обращения: 04.06.2024). – Режим доступа: по подписке.

**Интернет-ресурсы:**

1. И-Р 1 Креативно и эффективно: каким должен быть креативный маркетинг. Публикации. – URL:<http://smartandmarketing.com/> (дата обращения: 04.06.2024). – Текст: электронный.

2. И-Р 2 Записки маркетолога. Публикации. – URL [https://www.marketch.ru/useful\\_to\\_marketers/studentam-marketologam/](https://www.marketch.ru/useful_to_marketers/studentam-marketologam/) (дата обращения: 04.06.2024). – Текст: электронный.

#### 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p><b>Умения:</b>                      У1 - выявлять потребности;                      У2 - проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;                      У3 - организовывать рекламные компании и составлять сметы расходов;                      У4 - проводить опрос потребителей;                      У6 - применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта.</p>	наблюдение и оценка выполнения практических работ
<p><b>Знания:</b>                      З1 - структуру маркетинговой деятельности;                      З2 - классификацию маркетинга;                      З3 - принципы, объекты, субъекты, средства и методы маркетинговой деятельности;                      З4 - маркетинговую окружающую среду;                      З5 - виды конкуренции, конкурентоспособность организации;                      З6 - стратегию и планирование маркетинга.</p>	оценка выполнения практических работ; устный опрос; письменная проверка; тестовый контроль; устный опрос, тестовый контроль; подготовка докладов, сообщений; оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы; оценка результатов выполнения индивидуальных заданий.

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Коды ОК (из ФГОС СПО)	Критерии оценки личностных результатов обучающихся
<p><b>ЛР 1</b>                      Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе и современном мировом сообществе. Сознательный свое единство с народом России, с Российским государством, демонстрирующий ответственность за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать</p>	<b>ОК 06</b>	– сформированность гражданской позиции; участие в волонтерском движении; – проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества; – участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях

<p>историческую правду о Российском государстве</p>		
<p><b>ЛР 2</b> Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранниками</p>	<p><b>ОК 03</b> <b>ОК 06</b> <b>ОК 07</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;</li> <li>– участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</li> <li>– отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся;</li> <li>– отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве;</li> <li>– участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях;</li> <li>– участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах;</li> </ul>
<p><b>ЛР 3</b> Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней</p>	<p><b>ОК 01</b> <b>ОК 02</b> <b>ОК 03</b> <b>ОК 05</b> <b>ОК 06</b> <b>ОК 09</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;</li> <li>– ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;</li> <li>– проявление высокопрофессиональной трудовой активности;</li> <li>– участие в исследовательской и проектной работе;</li> <li>– участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</li> <li>– соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики;</li> <li>– конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде;</li> <li>– демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;</li> <li>– готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;</li> <li>– сформированность гражданской позиции; участие в волонтерском движении;</li> <li>– проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся;</li> <li>– отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве;</li> <li>– участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях;</li> <li>– добровольческие инициативы по поддержки инвалидов и престарелых граждан;</li> </ul>
<p><b>ЛР 4</b> Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию в течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»</p>	<p><b>ОК 01</b> <b>ОК 02</b> <b>ОК 03</b> <b>ОК 09</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрация интереса к будущей профессии;</li> <li>– оценка собственного продвижения, личностного развития;</li> <li>– положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;</li> <li>– ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;</li> <li>– проявление высокопрофессиональной трудовой активности;</li> <li>– участие в исследовательской и проектной работе;</li> <li>– соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики;</li> <li>– конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде;</li> <li>– демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;</li> <li>– проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;</li> <li>– участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах;</li> <li>– проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности;</li> <li>– проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;</li> </ul>
<p><b>ЛР 5</b> Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную</p>	<p><b>ОК 05</b> <b>ОК 06</b> <b>ОК 09</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– участие в исследовательской и проектной работе;</li> <li>– участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</li> <li>– соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися,</li> </ul>

<p>идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России, к Российскому Отечеству. Проявляющий ценностное отношение к историческому и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права</p>		<p>преподавателями, мастерами и руководителями практики;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде;</li> <li>– демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;</li> <li>– готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;</li> <li>– сформированность гражданской позиции; участие в волонтерском движении;</li> <li>– отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся;</li> <li>– отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве;</li> <li>– участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях;</li> <li>– добровольческие инициативы по поддержке инвалидов и престарелых граждан;</li> <li>– проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира;</li> <li>– демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии;</li> <li>– проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;</li> <li>– проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности;</li> </ul>
<p><b>ЛР 6</b> Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации</p>	<p><b>ОК 01</b> <b>ОК 02</b> <b>ОК 03</b> <b>ОК 05</b> <b>ОК 09</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрация интереса к будущей профессии;</li> <li>– оценка собственного продвижения, личностного развития;</li> <li>– положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;</li> <li>– ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;</li> <li>– проявление высокопрофессиональной трудовой активности;</li> <li>– участие в исследовательской и проектной работе;</li> <li>– участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</li> </ul>
<p><b>ЛР 7</b></p>	<p><b>ОК 04</b> <b>ОК 05</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися,</li> </ul>

<p>Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения.</p> <p>Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей</p>	<p><b>ОК 06</b> <b>ОК 09</b></p>	<p>преподавателями, мастерами и руководителями практики;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде;</li> <li>– демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;</li> <li>– готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;</li> <li>– сформированность гражданской позиции; участие в волонтерском движении;</li> <li>– проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества;</li> </ul>
<p><b>ЛР 8</b></p> <p>Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение</p>	<p><b>ОК 02</b> <b>ОК 03</b> <b>ОК 05</b> <b>ОК 06</b> <b>ОК 09</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;</li> <li>– готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;</li> <li>– отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся;</li> <li>– отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве;</li> </ul>
<p><b>ЛР 9</b></p> <p>Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных склонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде</p>	<p><b>ОК 07</b> <b>ОК 08</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях;</li> <li>– добровольческие инициативы по поддержке инвалидов и престарелых граждан;</li> <li>– проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира;</li> <li>– демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии;</li> <li>– демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся;</li> <li>– проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности;</li> <li>– проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;</li> </ul>
<p><b>ЛР 10</b> Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира, проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них</p>	<p><b>ОК 02</b> <b>ОК 07</b> <b>ОК 09</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира;</li> <li>– демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии;</li> <li>– проявление навыков цифровой безопасности;</li> </ul>
<p><b>ЛР 11</b> Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве. Выражающий ценностное отношение к технической и промышленной эстетике</p>	<p><b>ОК 02</b> <b>ОК 06</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– участие в культурных программах и проектах, посещение концертов, музеев, театров, кинотеатров, художественных выставок;</li> </ul>
<p><b>ЛР 12</b> Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи,</p>	<p><b>ОК 03</b> <b>ОК 06</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– осознание ценности семьи для каждого человека, установка на надежные и безопасные отношения, вступление в брак и ответственное родительство</li> </ul>

<p>понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания</p>		
<p><b>ЛР 13</b> Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности</p>	<p><b>ОК 06</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;</li> <li>– отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся;</li> </ul>
<p><b>ЛР 14</b> Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость</p>	<p><b>ОК 02</b> <b>ОК 03</b> <b>ОК 04</b> <b>ОК 09</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– участие в исследовательской и проектной работе;</li> <li>– проявление высокопрофессиональной трудовой активности;</li> <li>– соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики;</li> <li>– конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде;</li> <li>– демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;</li> <li>– готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;</li> </ul>
<p><b>ЛР 15</b> Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий</p>	<p><b>ОК 01</b> <b>ОК 02</b> <b>ОК 03</b> <b>ОК 04</b> <b>ОК 09</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрация интереса к будущей профессии;</li> <li>– оценка собственного продвижения, личностного развития;</li> <li>– проявление высокопрофессиональной трудовой активности;</li> </ul>