СОЧИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
федерального государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ ПАТРИСА ЛУМУМБЫ»

Отделение среднего профессионального образования

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петенко Александр Тимофеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 01.07.2024
Уникальный программный ключ:
28acbc88a6d3ce11b5b992501f9a43df0be7b81d

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

"Основы менеджмента и маркетинга"

(наименование дисциплины)

Освоение учебной дисциплины ведется в рамках реализации основной образовательной программы среднего профессионального образования (ОП СПО):

38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

(код и наименование специальности/профессии ОП СПО)

Квалификация:

Бухгалтер

(наименование квалификации)

Сочи,
2024 г.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.13 Основы менеджмента и маркетинга

название дисциплины

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины ОП.13 Основы менеджмента и маркетинга является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС "Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 69)"

Учебная дисциплина ОП.13 Основы менеджмента и маркетинга является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

Учебная дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Учебная дисциплина ОП.13 Основы менеджмента и маркетинга входит в общепрофесиональный цикл профессиональной подготовки.

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

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания.

Задачи: ознакомление студентов с важными разделами предметов менеджмента для применения полученных знаний в решении практических задач, повышения уровня культуры, развития управленческого мышления, формирования систематизированных знаний в области управления организацией, изучения нужд и потребностей потребителей, представлений о проблемах организации, развития логического мышления, логической культуры, логической интуиции; формирование у студентов целостного представления о маркетинге как философии, стратегии и тактике рыночной деятельности и специфики ее реализации в условиях современной экономики.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен знать:

сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
методы планирования и организации работы подразделения;
принципы построения организационной структуры управления;
основы формирования мотивационной политики организации;
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
внешнюю и внутреннюю среду организации;
цикл менеджмента;
процесс принятия и реализации управленческих решений;
функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
систему методов управления;
методику принятия решений;
стили управления, коммуникации, принципы делового общения;
основные понятия маркетинга; концепцию рыночной экономики;
составляющие элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции;

объекты как нужду, потребности, спрос;
субъекты маркетинга, модель покупательского поведения;
средства удовлетворения потребностей;
жизненный цикл товаров;
ценовую и сбытовую политику;
методы изучения рынка;
формирование спроса и стимулирование сбыта;
маркетинговые исследования рынка;
стратегическое планирование маркетинга;
маркетинговую часть бизнес-плана; продвижение товара.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен уметь:

использовать на практике методы планирования и организации работы подразделения;
анализировать организационные структуры управления;
проводить работу по мотивации трудовой деятельности персонала;
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
учитывать особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
использовать основные категории маркетинга в практической деятельности, выявлять сегменты рынка;
проводить маркетинговые исследования и анализировать их результаты, принимать маркетинговые решения;
проводить опрос потребителей;
определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга;
использовать ценовую политику, читать штриховой код, использовать каналы доставки и каналы рекламы, принимать маркетинговые решения;
оценивать поведение покупателей.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен иметь навыки и (или) опыт деятельности:

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Объем программы 72 часов, в том числе:
аудиторной учебной нагрузки обучающегося 66 часов;
самостоятельной работы обучающегося 6 часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1. Виды учебной работы по периодам освоения ООП СПО для формы обучения - очная.

Вид учебной работы	Всего, ак. ч.	Семестр(-ы)					
		4					
Контактная (аудиторная) работа (всего)	66	66					
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
лекции (если предусмотрено)	26	26					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-	-					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
практические занятия (если предусмотрено)	40	40					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	6	6					
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
Часов на контроль:	-	-					
Промежуточная аттестация в форме: (зачет/дифзачет/ экзамен)	-	ЗаО					
Общая трудоемкость час	72	72					

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.13 Основы менеджмента и маркетинга

Таблица 2. Содержание дисциплины/МДК по видам учебной работы

НАИМЕНОВАНИЕ РАЗДЕЛА ДИСЦИПЛИНЫ Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*	Кол-во часов
Раздел 1.Основы менеджмента организации	**34**	
Тема 1.1. Сущность, развитие и характерные черты современного менеджмента	Лек	2
Понятие менеджмента, его содержание и место в системе социально-экономических категорий. Процесс менеджмента. Основные функции, принципы, методы в менеджменте. Управление совокупность системы скоординированных мероприятий, направленных на достижение значимых целей организаций. Управление - творческий процесс. Цели и задачи менеджмента. Роль и назначение менеджмента. Практические предпосылки возникновения менеджмента, его роль в развитии современного производства. Менеджмент как человеческий фактор, специальность и система. Характерные черты и стадии менеджмента. Научное управление Тейлора. Классическая теория управления. Принципы Фойоля. Школа человеческих отношений. Концепция управления с позиции науки о поведении.		
Практическое занятие. Образ современного менеджера.	Пр	2

Тема 1.2. Организация и ее среда	Лек	6
Системный подход в определении организации: внутренние переменные. Их характеристика и взаимосвязь. Понятие системы. Открытая и закрытая системы. Факторы среды, влияющие на организацию. Среда прямого и косвенного воздействия. Структура внутренней и внешней среды. Элементы и анализ внутренней и внешней среды организации. Социальная ответственность организации. Необходимость формирования системы стратегического планирования. Отличительные черты долгосрочного и стратегического планирования. Понятие «стратегии» и «тактики» в менеджменте. Процесс стратегического планирования. Роль целей в управлении организацией. Понятие миссии организации. Классификация целей. «Дерево целей» организации. Метод SWOT. Анализ стратегических альтернатив. Выбор стратегии. Управление реализацией стратегии. Оценка стратегии. Планирование. Задачи планирования. Принципы планирования. Виды планирования: по периодам планирования; по уровню планирования; по целям планирования; по содержанию. Процесс планирования. Стадии планирования. Разработка плана. Корректировка плана. Организация - основная функция менеджмента. Элементы организаций. Ограничения и условия функционирования организаций. Сущность и необходимость определения структуры управ¬ления. Основные принципы построения организационных структур. Достоинства и недостатки различных структур, эффективность их применения. Функция организации. Жизненный цикл организации. Сущность функции мотивации. Мотивация и критерии мотивации труда. Индивидуальная и групповая мотивация. Ступени мотивации. Потребности индивида. Формы стимулов: принуждение, материальное поощрение, моральное поощрение, самоутверждение. Первичные и вторичные потребности. Методы удовлетворения потребностей. Первоначальные теории мотивации. Содержательные теории мотивации. Теория приобретенных потребностей. Содержание контроля. Объективная основа контроля – учет и анализ. Причины отклонений. Основные вопросы регулирования. Классификация контроля по времени осуществления, по масштабам, по форме. Две формы контроля и три вида контроля. Этапы процесса контроля. Характеристика эффективного контроля. Технология процесса контроля. Необходимость контроля в организации.		
Практические занятия: 1. Определение роли, места и действий менеджера в процессе управления. Составление структур управления организацией. 2. Определение мотиваций сотрудников организации, анализ	Пр	4
Тема 1.3. Принятие управленческих решений	Лек	4
Сущность и классификация методов управления. Содержание методов управления. Экономическое, организационно-административное и социально-психоло¬гическое управление. Методы стратегического развития современной организации Необходимость сочетания всех методов управления. Информационное обеспечение системы менеджмента. Улучшение условий и режима работы. Анализ участия коллектива в управлении. Виды решений. Модели и методы принятия решений. Методы прогнозирования. Логическая схема разработки решения: диагноз проблемы. Формулировка ограничений. Проблема как элемент процесса управления. Понятие процесса управления. Природа и классификация управленческих решений. Типы руководителей и методы принятия решений. Процесс принятия решений. Принципы повышения эффективности и результативности принимаемых решений. Стадии процесса принятия управленческого решения. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческого решения. Этапы и процедуры процесса принятия решений. Роль решений в менеджменте. Понятие и классификация информации. Понятие управленческой информации. Виды управленческой информации. Информационное обеспечение менеджмента. Необходимость информации в управлении. Пути совершенствования процесса обмена информацией. Сущность и содержание коммуникаций. Понятие коммуникационных барьеров. Виды коммуникации. Коммуникации по восходящей и нисходящей (межуровневые коммуникации). Понятие, элементы и этапы коммуникационного процесса. Межличностные и организационные коммуникации. Понятие коммуникационных сетей. Виды коммуникационных сетей. Сущность и этапы коммуникационного процесса. Основные виды коммуникаций. Коммуникационные стили и их типы. Обратная связь. Трудности в развитии коммуникаций. Пути улучшения системы коммуникаций в современной фирме.		

Практические занятия 1. Анализ информационного обеспечения внутренней среды организации для определения стратегии управления. 2. Использование приемов аттракции 3. Выработка управленческого решения	Пр	6
Тема 1.4. Управление человеческими ресурсами	Лек	4
Стиль руководства и факторы его формирования. Виды и совместимость стилей руководства. Связь стиля руководства и ситуации. Руководство: власть и партнерство. Влияние. Виды власти: власть, основанная на принуждении; власть, основанная на вознаграждении; законная власть (влияние через традиции); власть примера (влияние с помощью харизмы); экспертная власть. Методы влияния, их содержание. Стили руководства в управлении. Двухмерная трактовка стилей. Управленческая решетка. Имидж менеджера. Психологическая устойчивость руководителя как основа нормальной обстановки в организации. Управление человеком и управление группой. Феномен лидерства. Формальные и неформальные лидеры. Чем они отличаются и какими способами оказывают влияние на людей. Концепция эффективного лидерства. Менеджерские характеристики. Управленческие способности и ограничения. Управление конфликтами и стрессами в коллективе. Конфликт как органическая составляющая жизни обще¬ства и организации. Сущность и классификация конфликтов. Стадии развития конфликта. Причины конфликта и его последствия. Управление конфликтом. Природа и причина стрессов. Взаимосвязь конфликта и стресса. Позитивные и негативные стрессы. Пути предупреждения стрессовых ситуаций. Методы снятия стресса. Проведение переговоров, совещаний, бесед, встреч, вы¬бор стиля, распределение ролей, принятие решений. Анализ проводимых мероприятий. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов собеседника, принятие решения. Поза, мимика, жесты, как выражение позиции человека в процессе общения. Основные моменты делового общения. Процессы делового общения. Межличностное и групповое общение. Законы и приемы делового общения. Барьеры общения и пути их устранения. Развитие делового общения и повышение его эффектив-ности. Фазы делового общения. Правила устного распоряжения.		
Практические занятия 1. Как управлять стрессом каждый день (деловая игра) 2. Анализ конфликтных ситуаций в управлении 3. Ситуационное использование стилей руководства	Пр	6
Раздел 2. Основы маркетинга организации	**32**	
Тема 2.1. Основные понятия и сущность маркетинга	Лек	2
Социальные основы, исторические этапы формирования маркетинга. Определение маркетинга. Основные понятия маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок. Основные виды маркетинга. Основные принципы: ориентация деятельности на рынок, дифференцированный подход к рынку, ориентация на нововведения, на длительную перспективу, внутренней политики фирмы на человека, реагирование на изменения рынка, целенаправленное воздействие на рынок, эффективное руководство. Цели маркетинга. Функции маркетинга: аналитические, производственные, сбытовые. Управленческие. Управление маркетингом, его цели, задачи. Концепция управления маркетингом. Виды маркетинговой стратегии в зависимости от рыночного спроса. Управление спросом, виды спроса, задачи маркетинга по управлению спросом		
Практические занятия 1. Понятие маркетинга. Ключевые положения маркетинга 2. Процесс управления маркетингом	Пр	4
Тема 2.2. Маркетинговая информация. Сегментация рынка	Лек	2
Маркетинговые исследования и информация. Принципы исследования. Направления маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система. Виды информации. Методы сбора информации. Понятие рынка. Классификация рынков. Целевой, дифференцированный и недифференцированный маркетинг. Методы сегментации. Критерии сегментации. Принципы сегментации Выбор целевого рынка, целевого сегмента. Позиционирование товара на рынке. Внутренняя и внешняя среды маркетинга		

Практические занятия 1. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации 2. Маркетинговая среда 3. Ценообразование в маркетинге	Пр	6
Тема 2.3. Жизненный цикл товара. Понятие о сбыте и участники сбыта	Лек	2
Товар и его уровни. Путь продукта до товара. Классификация товара. Разработка нового товара. Фазы жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Кривые ЖЦТ. Разновидности ЖЦТ. Влияние рекламы на ЖЦТ. Понятие о сбыте и сбытовой политике. Роль, функции сбыта. Виды сбыта. Стратегии сбыта. Каналы сбыта и их виды. Планирование сбытовой политики. Посредники и участники каналов сбыта. Розничная торговля, оптовая торговля и другие каналы сбыта. Выбор посредников и факторы, определяющие выбор канала распределения.		
Практические занятия 1. Товар как объект маркетинга. Разработка товара 2. Потребительские рынки 3. Рынок предприятий 4. Сегментирование рынка	Пр	8
Тема 2.4. Маркетинговые коммуникации. Реклама	Лек	2
Понятие маркетинговых коммуникаций и продвижения товара. Средства продвижения. Цели маркетинговых коммуникаций. Реклама: функции, виды, структура, базис рекламы. Средства рекламы. Критерии выбора канала рекламы. Виды каналов рекламы и их характеристика. Личная продажа. Стимулирование сбыта		
Практическое занятие. 1. Продвижение товаров. Стратегия коммуникаций и стимулирования	Пр	2
Тема 2.5. Управление маркетинговой деятельностью предприятия	Лек	2
Цели, функции и задачи службы маркетинга. Виды организационных структур управления маркетингом. Стратегическое планирование. Формирование стратегии маркетинга. Разработка плана маркетинга. Маркетинговая политика предприятия. Контроль маркетинговой деятельности. Правовые основы маркетинговой деятельности.		
Зачет	Пр	2
Самостоятельная работа	**6**	
Подготовка к практическим занятиям	СР	6

** - Лек – лекции; Пр – практические занятия; СР – самостоятельная работа; ЛР – лабораторные работы.*

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены специальные помещения, приведенным в п 6.3 основной образовательной программы специальности.

Таблица 3. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории Специализированное учебное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект специализированной мебели, маркерная доска; кафедра; автоматизированное рабочее место преподавателя: компьютер AMD Ryzen, монитор LCD 24" Philips, интерактивная панель 86", имеется выход в интернет Программное обеспечение: Операционная система Windows 10 Pro; Office Professional 2007, Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Компьютерный класс)	Комплект специализированной мебели; доска аудиторная меловая, автоматизированные рабочие места (процессор не ниже Intel Core i5, оперативная память объемом не менее 16Gb;(SSD 500 GB HDD 1 TB); проектор EPSON, проекционный экран, имеется выход в интернет Программное обеспечение: Операционная система Windows 10 Pro; Office Professional 2007, Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный
Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Комплект специализированной мебели; Телевизор LED LG 42" автоматизированные рабочие места (процессор не ниже AMD Ryzen, оперативная память объемом не менее 8 Гб; SDD 500 GB, моноблок Lenovo Intel i3), имеется выход в интернет Программное обеспечение: Операционная система Windows 10 Pro; Office Professional 2007, Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный

3.2. Информационное обеспечение обучения
Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Кузьмина Е. Е. Маркетинг : Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 419 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/491625
2. Иванова И. А., Сергеев А. М. Менеджмент : Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 305 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/491094

Дополнительные источники:

3. Михалева Е. П. Маркетинг : Учебное пособие Для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 213 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/488557
4. Иванова И.А., Сергеев А.М. Менеджмент : Учебник и практикум для СПО. - Москва: Юрайт, 2018. - 305 с. - Текст : электронный. - URL:

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- ЭБС «Academia-library» https://academia-moscow.ru/
- ЭБС Znanium https://znanium.ru
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» http://biblioclub.ru

- Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru
- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://mega.rudn.ru/MegaPro/Web

2. Базы данных и поисковые системы:

- Учебный портал института https://portal.rudn-sochi.ru/

Методические материалы для обучающихся

Самостоятельная работа не предусмотрена.
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины на Учебном портале.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Таблица 4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Знания: сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; методы планирования и организации работы подразделения; принципы построения организационной структуры управления; основы формирования мотивационной политики организации; особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; внешнюю и внутреннюю среду организации; цикл менеджмента; процесс принятия и реализации управленческих решений; функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; систему методов управления; методику принятия решений; стили управления, коммуникации, принципы делового общения; основные понятия маркетинга; концепцию рыночной экономики; составляющие элементы маркетинговой	Анализ и оценка выполнения индивидуальных заданий, расчетных работ, опрос, тематический диктант, контрольная работа, практические занятия, домашние работы, компьютерное тестирование, Взаимоконтроль и самоконтроль студентов. Полнота и грамотность подготовленных докладов, сообщений, презентаций.

Умения: использовать на практике методы планирования и организации работы подразделения; анализировать организационные структуры управления; проводить работу по мотивации трудовой деятельности персонала; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; принимать эффективные решения, используя систему методов управления; учитывать особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; использовать основные категории маркетинга в практической деятельности, выявлять сегменты рынка; проводить маркетинговые исследования и анализировать их результаты, принимать маркетинговые решения; проводить опрос потребителей; определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга; использовать ценовую политику, читать штриховой код, использовать каналы доставки и каналы рекламы, принимать маркетинговые решения;	Наблюдение, контроль преподавателя за деятельностью обучающихся, анализ и оценка оптимальности метода решения задач, беседа, опрос, практические занятия, домашние работы, компьютерное тестирование
Практический опыт:	Наблюдение, контроль преподавателя за деятельностью обучающихся, анализ и оценка оптимальности метода решения задач, выполнение и защита индивидуальных заданий.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5. Перечень компетенций

Шифр	**Результаты (компетенции)** **Основные показатели результатов подготовки**
ОК 01.	**Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;**
Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.	

Уметь: распознавать задачу или проблему в профессиональном или социальном контексте; анализировать задачу или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	
ОК 02.	**Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;**
Знать: основные методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации; технологию поиска информации в сети Интернет; номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.	
Уметь: определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска.	
ОК 03.	**Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;**
Знать: содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования.	
Уметь: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования.	
ОК 04.	**Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;**
Знать: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности.	
Уметь: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	
ОК 05.	**Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;**
Знать: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений.	
Уметь: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.	

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;**
Знать: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по профессии (специальности); стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.	
Уметь: описывать значимость своей профессии (специальности); применять стандарты антикоррупционного поведения.	
ОК 09.	**Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.**
Знать: назначение, состав, основные характеристики организационной и компьютерной техники; основные компоненты компьютерных сетей, принципы пакетной передачи данных, организацию межсетевого взаимодействия; назначение и принципы использования системного и прикладного программного обеспечения; принципы защиты информации от несанкционированного доступа; правовые аспекты использования информационных технологий и программного обеспечения; основные понятия автоматизированной обработки информации; направления автоматизации бухгалтерской деятельности; назначение, принципы организации и эксплуатации бухгалтерских информационных систем; основные угрозы и методы обеспечения информационной безопасности.	
Уметь: обрабатывать текстовую табличную информацию; использовать деловую графику и мультимедиа информацию; создавать презентации; применять антивирусные средства защиты; читать (интерпретировать) интерфейс специализированного программного обеспечения, находить контекстную помощь, работать с документацией; применять специализированное программное обеспечение для сбора, хранения и обработки бухгалтерской информации в соответствии с изучаемыми профессиональными модулями; пользоваться автоматизированными системами делопроизводства; применять методы и средства защиты бухгалтерской информации.	
ПК 1.3.	**Проводить учет денежных средств, оформлять денежные и кассовые документы;**
Знать: учет кассовых операций, денежных документов и переводов в пути; учет денежных средств на расчетных и специальных счетах; особенности учета кассовых операций в иностранной валюте и операций по валютным счетам; порядок оформления денежных и кассовых документов, заполнения кассовой книги; правила заполнения отчета кассира в бухгалтерию.	
Уметь: проводить учет кассовых операций, денежных документов и переводов в пути; проводить учет денежных средств на расчетных и специальных счетах; учитывать особенности учета кассовых операций в иностранной валюте и операций по валютным счетам; оформлять денежные и кассовые документы; заполнять кассовую книгу и отчет кассира в бухгалтерию.	
ПК 2.3.	**Проводить подготовку к инвентаризации и проверку действительного соответствия фактических данных инвентаризации данным учета;**

Знать: процесс подготовки к инвентаризации, порядок подготовки регистров аналитического учета по объектам инвентаризации; перечень лиц, ответственных за подготовительный этап для подбора документации, необходимой для проведения инвентаризации; приемы физического подсчета активов; порядок составления инвентаризационных описей и сроки передачи их в бухгалтерию; порядок составления сличительных ведомостей в бухгалтерии и установление соответствия данных о фактическом наличии средств данным бухгалтерского учета; порядок инвентаризации основных средств и отражение ее результатов в бухгалтерских проводках; порядок инвентаризации нематериальных активов и отражение ее результатов в бухгалтерских проводках; порядок инвентаризации и переоценки материально производственных запасов и отражение ее результатов в бухгалтерских проводках.
Уметь: готовить регистры аналитического учета по местам хранения активов и передавать их лицам, ответственным за подготовительный этап, для подбора документации, необходимой для проведения инвентаризации; составлять инвентаризационные описи; проводить физический подсчет активов; составлять сличительные ведомости и устанавливать соответствие данных о фактическом наличии средств данным бухгалтерского учета.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга»

Перечень вопросов для подготовки к занятиям и промежуточной аттестации, контрольных работ, содержание заданий для выполнения практических и самостоятельных работ, рекомендации по выполнению и критерии оценивания представлены в фонде оценочных средств по дисциплине «Основы менеджмента и маркетинга» в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Оценочные средства позволяют провести текущий контроль по дисциплине. По каждому средству оценивается полнота и глубина освоения, характеризующиеся показателями и критериями оценивания

Таблица 6. Показатели и критерии оценивания

Показатель	Критерий
Пороговый (узнавание) «3»	Знает: базовые общие знания; Умеет: основные умения, требуемые для выполнения простых задач; Владеет: работает при прямом наблюдении.
Базовый (воспроизведение) «4»	Знает: факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования; Владеет: берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем
Высокий (компетентность) «5» max балл	Знает: фактическое и теоретическое знание в пределах области исследования с пониманием границ применимости; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем; Владеет: контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы

Максимальное количество баллов по каждому оценочному средству соответствует вербальному критерию «высокий».

7. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ

7.1 Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются активные и интерактивные образовательные технологии (формы проведения занятий):

-лекции, фронтальные опросы, презентации и защита мини-проектов;

-кейс-стади (разбор конкретных ситуаций),

-имитационные компьютерные модели;

-организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности (индивидуальные домашние задания).