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: 24.04.2026
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):

38.02.08 Торговое дело

(код и наименование специальности/профессии ОП СПО)

Квалификация:

специалист торгового дела

(наименование квалификации)

Сочи,
2026 г.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.07 Основы менеджмента и маркетинга

название дисциплины

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины ОП.07 Основы менеджмента и маркетинга является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС "Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО (приказ Минпросвещения России от 19.07.2023 г. № 548)"

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.07 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 62 часов;
самостоятельной работы обучающегося 10 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)	62	62					
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
лекции (если предусмотрено)	30	30					
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)	32	32					
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-					
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	10	10					
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.07 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	**32**	
Тема 1.1. Сущность, развитие и характерные черты современного менеджмента	Лек	4
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	2
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	**36**	
Тема 2.1. Основные понятия и сущность маркетинга	Лек	4
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	8
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	СР	6
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	6
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.		
Самостоятельная работа	**4**	
Подготовка к практическим занятиям	СР	4
Зачет	**2**	
Зачет	ЗаО	2

** - 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. Лукичёва Т. А., Воробьева И. В., Лезина Т. А., Колесникова М. Ф., Остапенко В. М., Пецольдт К. .., Молчанов Н. Н. Маркетинг : Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 370 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/494289
2. Синяева И. М., Жильцова О. Н. Маркетинг : Учебник Для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 495 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/496413
3. Реброва Н. П. Основы маркетинга : Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 277 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/489738
4. Михалева Е. П. Менеджмент : учебное пособие для спо. - Москва: Юрайт, 2024. - 191 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/535392
5. Кузнецов Ю. В., Маленков Ю. А., Соколова С. В., Соколов Б. И., Голубецкая Н. П., Кизян Н. Г., Мелякова Е. В., Анохина Е. М., Жигалов В. М., Кайсарова В. П., Кайсаров А. А., Маслова Е. В., Кириллов А. Т., Пензина О. С. Практический курс менеджмента : учебник для спо. - Москва: Юрайт, 2024. - 254 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/537932
6. Кузнецов В. И., Конотопов М. Н., Орехов С. А., Башкатова Ю. И., Морева Е. Л., Орлова Л. Н., Воронов А. С., Леонтьева Л. С. Менеджмент : учебник для спо. - Москва: Юрайт, 2024. - 287 с - Текст : электронный. - URL: https://urait.ru/bcode/538425

Дополнительные источники:

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 03.	**Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и 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 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 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.	

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 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 06.	**Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных 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.	

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).