

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ-АЛАНИЯ
ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ВЛАДИКАВКАЗСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
(ЧПОУ ВПК)**

РАССМОТРЕНО

на заседании Педагогического совета
Протокол № 5

от « 15 » апреля 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.01 «ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ И МАРКЕТИНГ»

среднего профессионального образования
по специальности
социально-экономического профиля
38.02.07 Банковское дело

Квалификация подготовки специалиста среднего звена: специалист банковского дела

Форма обучения: очная

Нормативный срок обучения:

2 года 10 месяцев на базе основного общего образования;

1 год 10 месяцев на базе среднего общего образования

Рабочая программа дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.07 Банковское дело

Организация-разработчик: ЧПОУ «Владикавказский профессиональный колледж»

Разработчик: Цхурбаева Фатимат Хазбиевна, д.э.н. - преподаватель ЧПОУ ВПК.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ И МАРКЕТИНГ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 38.02.07 Банковское дело

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

дисциплина Экономика организации и маркетинг относится к дисциплинам общепрофессионального цикла ОП.01.

1.3. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- определять организационно-правовые формы организаций;
- находить и использовать необходимую экономическую информацию;
- определять состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации;
- заполнять первичные документы по экономической деятельности организации;
- рассчитывать по принятой методике основные технико-экономические показатели деятельности организации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- принципы и методы управления основными и оборотными средствами;
- состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации, показатели их эффективного использования;
- механизмы ценообразования;
- формы оплаты труда;
- основные технико-экономические показатели деятельности организации и методику их расчета.

Личностные результаты реализации программы воспитания

ЛР 2. Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

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.

ЛР 16. Имеющий аналитическое мышление, устойчивое внимание.

ЛР 17. Владеющий современными методами обслуживания потребителя на основе уважения, толерантности, готовности к диалогу.

ЛР 18. Осознающий необходимость своего профессионального развития.

Общие компетенции (ОК):

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

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие;

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;

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

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности;

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.5. Осуществлять международные расчеты по экспортно-импортным операциям;

ПК 2.1. Оценивать кредитоспособность клиентов;

ПК 2.5. Формировать и регулировать резервы на возможные потери по кредитам.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебных занятий

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы (всего)	112
Суммарная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателями, в том числе:	102
лекции, уроки	60
практические занятия	40
лабораторные занятия	-
Консультации	2
Самостоятельная работа	4
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Экономика организации и маркетинг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1.	Экономические основы функционирования организаций (предприятий)		
Тема 1.1. Методологические и практические основы функционирования организации (предприятия).	Организация (предприятие) в условиях рыночной среды. Предприятие как основное звено рыночной экономики. Классификация организаций (предприятий). Производственная и организационная структура построения предприятия, службы предприятия. Внутренняя и внешняя среда организации (предприятия) Методологические и практические основы функционирования организации (предприятия). Товарная политика предприятия, жизненный цикл товара. Маркетинговая деятельность предприятия. Предпринимательская деятельность, ее формы и виды. Лизинговые операции в практике работы организаций (предприятий) и предпринимателей. Типы производства и организация производственного процесса. Типы производства и их технико-экономические характеристики. Производственный процесс и общие принципы его организации. Организация производственного процесса во времени. Организация производственного процесса в пространстве	12	1
	<i>Лекция 1</i> Производственная и организационная структура построения предприятия, службы предприятия.	2	
	<i>Лекция 2</i> Внутренняя и внешняя среда организации (предприятия)	2	
	<i>Лекция 3</i> Товарная политика предприятия, жизненный цикл товара.	2	
	<i>Лекция 4</i> Предпринимательская деятельность, ее формы и виды.	2	
	<i>Лекция 5</i> Производственный процесс и общие принципы его организации	2	
	<i>Лекция 6</i> Организация производственного процесса во времени и пространстве	2	
	Практические занятия	14	
	<i>Практическое занятие 1</i> Классификация организаций (предприятий).	2	
	<i>Практическое занятие 2</i> Производственная структура предприятия	2	
	<i>Практическое занятие 3</i> Организационная структура построения предприятия	2	
	<i>Практическое занятие 4</i> Товарная политика предприятия	2	
	<i>Практическое занятие 5</i> Жизненный цикл товара	2	
	<i>Практическое занятие 6</i> Организация производственного процесса во времени.	2	
	<i>Практическое занятие 7</i> Организация производственного процесса в пространстве	2	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Штудирование текстовых материалов (составление конспектов).	1	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	<p>2. Подготовка к контрольным вопросам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные формы предпринимательства. 2. Основные средства и их роль в деятельности предприятия (организации). 3. Оборотные средства и их роль в деятельности предприятия (организации).. 4. Нематериальные активы и их роль в деятельности предприятия (организации). 5. Факторы, влияющие на производительность и качество труда. 6. Элементы тарифной системы оплаты труда. 7. Источники формирования финансовых ресурсов. 8. Элементы затрат предприятия. 9. Формирование цены на продукцию, услуги предприятия. 		
Раздел 2	Ресурсы организации (предприятия) и показатели их использования		
<p>Тема 2.1. Основной и оборотный капитал организации (предприятия). Издержки производства</p>	<p>Основной капитал, основные фонды и нематериальные активы организации (предприятия). Производственно-экономическая деятельность любой организации (предприятия). Понятие капитала. Экономическая сущность производственных фондов, классификация основных средств. Формы учета и методы оценки основных средств. Износ и амортизация основных фондов и нематериальных активов. Показатели использования, наличия, движения и состояния основных производственных фондов. Производственная мощность предприятия.</p> <p>Оборотный капитал организации (предприятия). Понятие, состав и структура оборотных средств. Нормирование оборотных средств. Показатели и пути лучшего использования оборотных средств.</p> <p>Трудовые ресурсы, производительность труда и его оплата в организации (на предприятии). Трудовые ресурсы предприятия, их состав и характеристика. Производительность труда, методы оценки, факторы и резервы ее повышения на предприятии. Организация оплаты труда: сущность, принципы, тарифная система, формы и системы оплаты труда, определение фонда зарплаты. Проблемы совершенствования оплаты труда в условиях рыночной экономики.</p> <p>Издержки производства и себестоимость продукции (работ, услуг). Понятие себестоимости продукции (работ, услуг) и ее значение. Классификация затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг). Группировка затрат по экономическим элементам и статьям калькуляции. Виды калькуляции и методы калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг). Основные направления снижения издержек производства</p> <p>Ценовая политика организации (предприятия). Цена на продукцию (работы, услуги): понятие, функции, виды и методика расчета. Выбор метода ценообразования на практике. Ценовая политика</p>	22	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	<p>предприятия: содержание, цели, назначение. Типы ценовых политик и стратегий. Этапы разработки ценовой политики и стратегии</p> <p>Финансовые результаты деятельности организации (предприятия). Доходы и расходы, прибыль предприятия, ее виды, источники формирования и распределение. Показатели рентабельности предприятия</p> <p>Бухгалтерская финансовая отчетность как элемент управления предприятием. Обоснованная необходимость анализа финансовой отчетности с целью эффективного управления предприятием. Финансовая отчетность организации и порядок ее составления. Финансовая отчетность как информационная база финансового анализа. Основные методы и приемы элементов анализа финансовой внешней отчетности. Финансовая отчетность как источник для анализа деловой активности компании. Методика анализа деловой активности.</p>		
	<i>Лекция 7</i> Экономическая сущность производственных фондов, классификация основных средств. Формы учета и методы оценки основных средств.	2	
	<i>Лекция 8</i> Износ и амортизация основных фондов и нематериальных активов. Производственная мощность предприятия	2	
	<i>Лекция 9</i> оборотный капитал организации (предприятия).	2	
	<i>Лекция 10</i> Трудовые ресурсы, производительность труда и его оплата в организации (на предприятии).	2	
	<i>Лекция 11</i> Издержки производства и себестоимость продукции (работ, услуг).	2	
	<i>Лекция 12</i> Ценовая политика предприятия: содержание, цели, назначение.	2	
	<i>Лекция 13</i> Типы ценовых политик и стратегий. Этапы разработки ценовой политики и стратегии	2	
	<i>Лекция 14</i> Доходы и расходы, прибыль предприятия, ее виды, источники формирования и распределение.	2	
	<i>Лекция 15</i> Показатели рентабельности предприятия	2	
	<i>Лекция 16</i> Финансовая отчетность организации и порядок ее составления.	2	
	<i>Лекция 17</i> Основные методы и приемы элементов анализа финансовой внешней отчетности.	2	
	Практические занятия	14	
	<i>Практическое занятие 8</i> Организация оплаты труда	2	
	<i>Практическое занятие 9</i> Издержки производства и себестоимость продукции (работ, услуг).	2	
	<i>Практическое занятие 10</i> Выбор метода ценообразования на практике. Разработка ценовой политики и стратегии	2	
	<i>Практическое занятие 11</i> Доходы и расходы, прибыль предприятия	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	<p><i>Практическое занятие 12</i> Показатели рентабельности предприятия</p> <p><i>Практическое занятие 13</i> Финансовая отчетность организации и порядок ее составления</p> <p><i>Практическое занятие 14</i> Анализ деловой активности</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>1. Штудирование текстовых материалов (составление конспектов).</p> <p>2. Подготовка к контрольным вопросам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основная цель и содержание бизнес-плана. 2. Основные показатели деятельности предприятия. 3. Информационное обеспечение финансовой и бухгалтерской деятельности предприятия. 4. Формирование прибыли на предприятии. 5. Формирование капитала предприятия. 6. Финансовые методы управления расходами. 7. Формирование, распределение и использование прибыли. 8. Влияние налогов на формирование чистой прибыли. 9. Производственный и финансовый цикл. 10. Взаимосвязь выручки, расходов и прибыли от реализации продукции (анализ безубыточности). 	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p>	
Раздел 3. Маркетинг			
<p>Тема 3.1 Социально-экономическая основа маркетинга</p>	<p><i>Введение в маркетинг.</i> Сущность, подходы к определению маркетинга, основные понятия маркетинга. Эволюция развития маркетинга. Основные принципы и концепции маркетинга. Состояние спроса и виды маркетинга. Сферы применения маркетинга.</p> <p><i>Функции маркетинга.</i> Основные функции и подфункции современного маркетинга. Аналитическая функция маркетинга и ее подфункции. Производственная функция маркетинга и ее подфункции. Сбытовая функция маркетинга и ее подфункции. Функция управления и контроля, ее подфункции</p> <p><i>Маркетинговые исследования.</i> Понятие и свойства маркетинговой информации. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Маркетинговое исследование как процесс. Основные методы сбора первичных данных. Анкетирование, как наиболее распространенная форма опроса</p> <p><i>Организация маркетинга на предприятии.</i> Понятие, сущность, виды и типы организационных структур службы маркетинга. Служба маркетинга на предприятии. Функции, права, обязанности, задачи директора по маркетингу на предприятии. Специалисты по маркетингу</p> <p><i>Управление маркетингом на предприятии.</i> Понятие и структура управления маркетингом. Анализ</p>	<p>26</p>	<p>3</p>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	<p>рыночных возможностей предприятия. Выбор целевых рынков. Разработка комплекса маркетинга. Реализация маркетинговых мероприятий</p> <p><i>Планирование, контроль, финансы в маркетинге.</i> Планирование в системе управления маркетингом. Система финансирования маркетинговой деятельности. Контроль маркетинга</p> <p><i>Товар в системе маркетингового комплекса.</i> Товар как инструмент комплекса маркетинга. Жизненный цикл товара. Управление ЖЦТ средствами маркетинга. Товарная атрибутика. Новый товар и его характеристика. Основные решения по разработке и реализации товарной политики предприятия.</p> <p><i>Цены и ценообразование в маркетинге.</i> Цена и ее роль в маркетинговом комплексе. Цели ценовой политики предприятия. Процесс и методы установления цен. Модификация цен. Ценовые стратегии маркетинга.</p> <p><i>Распространение товаров как элемент комплекса маркетинга.</i> Цели, задачи и основные элементы политики распределения. Каналы распределения и методы сбыта. Сбытовые маркетинговые системы. Цели, задачи и стратегии сбытовой политики предприятия. Типы посредников. Критерии выбора посредника.</p> <p><i>Маркетинговые коммуникации.</i> Сущность маркетинговых коммуникаций. Модель коммуникаций, ее структура и элементы. Характеристика основных средств коммуникаций.</p>		
	<i>Лекция 18</i> Сущность, подходы к определению маркетинга, основные понятия маркетинга. Эволюция развития маркетинга	2	
	<i>Лекция 19</i> Основные принципы и концепции маркетинга	2	
	<i>Лекция 20.</i> Состояние спроса и виды маркетинга. Сферы применения маркетинга.	2	
	<i>Лекция 21</i> Функции маркетинга	2	
	<i>Лекция 22</i> Виды и принципы маркетинговых исследований. Маркетинговое исследование как процесс.	2	
	<i>Лекция 23</i> Методы сбора первичных данных в процессе маркетинговых исследований.	2	
	<i>Лекция 24</i> Организация маркетинга на предприятии	2	
	<i>Лекция 25</i> Управление маркетингом на предприятии	2	
	<i>Лекция 26</i> Планирование, контроль, финансы в маркетинге.	2	
	<i>Лекция 27</i> Товар в системе маркетингового комплекса	2	
	<i>Лекция 28</i> Цены и ценообразование в маркетинге.	2	
	<i>Лекция 29</i> Распространение товаров как элемент комплекса маркетинга	2	
	<i>Лекция 30</i> Маркетинговые коммуникации	2	
	Практические занятия	12	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	<i>Практическое занятие 15</i> Методы сбора первичных данных в процессе маркетинговых исследований	2	
	<i>Практическое занятие 16</i> Организация службы маркетинга на предприятии	2	
	<i>Практическое занятие 17</i> Управление маркетингом на предприятии	2	
	<i>Практическое занятие 18</i> Планирование, контроль, финансы в маркетинге	2	
	<i>Практическое занятие 19</i> Цены и ценообразование в маркетинге	2	
	<i>Практическое занятие 20</i> Маркетинговые коммуникации	2	
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Штудирование текстовых материалов (составление конспектов). 2. Подготовка к контрольным вопросам: 1. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований. 2. Структура, схема и этапы маркетингового исследования. 3. Внутренняя и внешняя среда предприятия. 4. Микросреда маркетинговой деятельности 5. Микросреда маркетинговой деятельности	2	
Консультации		2	
Промежуточная аттестация		6	
		Всего:	112
		суммарная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем, из них:	102
		лекции, уроки -	60
		практические занятия –	40
		консультации -	2
		самостоятельная работа –	4
		промежуточная аттестация -	6

*Практические занятия могут проводиться в электронной информационно-образовательной среде (Личная студия обучающегося)

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия электронной образовательной среды; учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- классная доска;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических работ.

Технические средства обучения:

- компьютеры с выходом в сеть Internet;
- сайт «Личная студия» с возможностью работы с электронным образовательным ресурсом;
- электронные библиотечные ресурсы

Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

- методические указания по организации практических занятий;
- методические указания по самостоятельной работе.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники

1. Витебская, Е. С. Экономика организации : учебное пособие / Е. С. Витебская. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 296 с. — ISBN 978-985-7234-65-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/100393.html>
2. Беляцкая, Т. Н. Экономика организации : учебное пособие / Т. Н. Беляцкая. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 284 с. — ISBN 978-985-503-968-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/100377.html>
3. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/88760.html>

Дополнительные источники

1. Иванилова, С. В. Экономика организации : учебное пособие для СПО / С. В. Иванилова. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 152 с. — ISBN 978-5-4486-0358-7, 978-5-4488-0204-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/77010.html>
2. Захарова, И. В. Маркетинг : учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86471.html>

Интернет-ресурсы (базы данных, информационно-справочные и поисковые системы):

- Азбука финансов <http://www.azbukafinansov.ru>

- Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» <http://ecsocman.edu.ru>
 - Бюджетная система Российской Федерации <http://www.budgetrf.ru>
- Концепции школьного экономического образования <http://basic.economicus.ru/index.php?file=1>

Программное обеспечение:

Программное обеспечение, являющееся частью электронной информационно-образовательной среды и базирующееся на телекоммуникационных технологиях:

- компьютерные обучающие программы;
- тренинговые и тестирующие программы;
- интеллектуальные роботизированные системы оценки качества выполненных работ.

Программа управления образовательным процессом в ЭИОС (Информационная технология. Программа управления образовательным процессом. КОМБАТ).

3.3. Организация образовательного процесса

Образовательная организация располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки, учебной практики, предусмотренных учебным планом образовательной организации. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля
<p>Освоенные умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять организационно-правовые формы организаций; – находить и использовать необходимую экономическую информацию; – определять состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации; – заполнять первичные документы по экономической деятельности организации; – рассчитывать по принятой методике основные технико-экономические показатели деятельности организации. 	<ul style="list-style-type: none"> - заполнять первичные документы по экономической деятельности организации; - рассчитывать по принятой методике основные технико-экономические показатели деятельности организации. 	<p>Формы контроля обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тестирование; - дифференцированный зачет, экзамен; - комбинированный метод в форме фронтального опроса; - домашние задания проблемного характера; - практические задания по работе с информацией, документами, литературой; - подготовка и защита индивидуальных и групповых заданий проектного характера (коллективный тренинг/семинар)
<p>Усвоенные знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность организации как основного звена экономики отраслей; – основные принципы построения экономической 	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечение предприятия необходимыми ресурсами; - планирование и организация экономической 	

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля
<p>системы организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы и методы управления основными и оборотными средствами; – методы оценки эффективности их использования; – организацию производственного и технологического процессов; – состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации, показатели их эффективного использования; – способы экономии ресурсов, в том числе основные энергосберегающие технологии; – механизмы ценообразования; – формы оплаты труда; – основные технико-экономические показатели деятельности организации и методику их расчета. 	<p>деятельности предприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - механизм управления и моделирования производственных и социально-экономических процессов; - поддержание производственного процесса в заданном режиме с учётом обеспечения пропорциональности, ритмичности, непрерывности и доходности, включая все его составляющие подразделения и элементы от снабжения до реализации продукции, работ и услуг предприятия. 	

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
О ВНУТРЕННЕЙ ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ДИСЦИПЛИНЫ ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ И МАРКЕТИНГ

ОП.01 _____ **Экономика организации и маркетинг**

Специальность **38.02.07 Банковское дело**

Рецензент ОП.01 «Экономика организации и маркетинг»:

(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание, должность, место работы)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Представленная рабочая программа дисциплины Экономика организации и маркетинг разработана в соответствии с требованиями ФГОС СПО **38.02.07 Банковское дело**, утвержденного Минобрнауки России от 5 февраля 2018 г. N 67.

2. Рабочая программа дисциплины отвечает требованиям по разработке рабочих программ и состоит из четырех разделов:

- паспорт программы дисциплины;
- структура и содержание дисциплины;
- условия реализации рабочей программы дисциплины;
- контроль и оценка результатов освоения дисциплины.

3. Предложенные формы и методы контроля и оценки позволяют в полной мере осуществить контроль и оценку результатов обучения.

4. Рабочая программа дисциплины Экономика организации и маркетинг по специальности **38.02.07 Банковское дело** разработана в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Вывод: рабочая программа дисциплины Экономика организации и маркетинг позволяет подготовить квалифицированного специалиста по специальности **38.02.07 Банковское дело** в соответствии с требованиями ФГОС СПО, профессиональными стандартами, потребностями региона и запросами работодателей.

(подпись)

(Ф.И.О.)

«_____» _____ 20__ г.

М.П.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины

ОП.01 «Экономика организации и маркетинг» по специальности 38.02.07
Банковское дело

на _____ учебный год

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения: _____

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины обсуждены на заседании предметной (цикловой) комиссии

« _____ » _____ 20 _____ г. (протокол № _____).

Председатель предметной (цикловой) комиссии _____ / _____ /
Подпись *Ф.И.О.*