**Министерство образования Тульской области**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ**

**«ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОММУНАЛЬНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|

|  |
| --- |
| УТВЕРЖДАЮДиректор ГПОУ ТО «Тульский государственный коммунально-строительный техникум» |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ю.И. Кашурин«11» июня 2021 г. |
| Приказ № 175-о от 11.06.2021г. |

**119316_html_m699bd72b (новый)** |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.13 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

 специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Тула 2021

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНОЗаместитель директора по учебной работе ГПОУ ТО «ТГКСТ»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Г. Цибикова«11» июня 2021 г. | СОГЛАСОВАНОНачальник научно-методического центра ГПОУ ТО «ТГКСТ»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л.В. Маслова«11» июня 2021 г. | ОДОБРЕНАпредметной (цикловой) комиссией экономических дисциплин и специальности 38.02.01Протокол № \_11\_от «09» июня 2021 г.Председатель цикловой комиссии\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.А. Губарева |

 |

Составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 69 от 5 февраля 2018 г. и примерной основной образовательной программой, зарегистрированной в государственном реестре примерных основных образовательных программ от 5.04.2019 г.

Разработчик: М.А. Губарева, преподаватель ГПОУ ТО «Тульский государственный коммунально-строительный техникум».

Рецензент: Д.И. Подольская, главный бухгалтер АО «Тулатеплосеть».

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| **1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |  |
| **2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ****3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |  |
| **4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |  |

**1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

 **1.1 Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины ОП 14 Основы менеджмента и маркетинга является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям), утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 5 февраля 2018 гола № 69, зарегистрированным в Министерстве юстиции Российской Федерации 26 февраля 2018 года, регистрационный № 50137, укрупненной группы специальности 38.00.00 Экономика и управление.

Образовательная деятельность при освоении отдельных компонентов учебной дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» организуется в форме практической подготовки.

 **1.2 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Учебная дисциплина ОП.14 Основы менеджмента и маркетинга принадлежит к обязательным дисциплинам профессионального цикла.

**1.3 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  КодПК, ОК | Умения | Знания |
| ОК 01ОК 02ОК 03ОК 04ОК 05ОК 10ОК 11ПК 2.6ПК 4.5ЛР 13-15 | * 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).
 | * 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.
 |
|  | * 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.
* определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
* применять современную научную профессиональную терминологию;
* определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования.
* организовывать работу коллектива и команды;
* взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.
* грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.
* понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;
* участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;
* строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;
* кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые);
* писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.
* выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
* презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
* оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
* определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею;
* определять источники финансирования.
 | * 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.
* содержание актуальной нормативно-правовой документации;
* современная научная и профессиональная терминология;
* возможные траектории профессионального развития и самообразования.
* психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;
* основы проектной деятельности.
* особенности социального и культурного контекста;
* правила оформления документов и построения устных сообщений.
* правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;
* основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика);
* лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения;
* правила чтения текстов профессиональной направленности.
* основы предпринимательской деятельности;
* основы финансовой грамотности;
* правила разработки бизнес-планов;
* порядок выстраивания презентации;
* кредитные банковские продукты;

 методы сбора информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов.* основы финансового менеджмента, методические документы по финансовому анализу, методические документы по управлению денежными потоками.
 |
|  | * проводить сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов.
* обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта;
* вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы)
 |  |

**2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Объем образовательной программы**  | **84** |
| **Самостоятельная учебная нагрузка** | 4 |
| **Всего учебных занятий** | **68** |
| **Всего реализуемых в форме практической подготовки** | **30** |
| в том числе: |
| теоретическое обучение | 28 |
| практические занятия | 40 |
| **Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена** | **12** |

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП 14 «Основы менеджмента и маркетинга»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала и** **формы организации деятельности обучающихся** | **Объем** **часов** | **Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Раздел 1. Основные понятия менеджмента** |
| **Тема 1.1****Понятие и сущность менеджмента** | **Содержание учебного материала** | 222 | ОК 05,ОК 09-11ЛР 13 |
| 1. Понятие менеджмента. Цели, задачи дисциплины.
2. Функции менеджмента. Процесс управления на предприятии

3 История развития менеджмента, особенности развития малого предпринимательства в России  |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | **-** |
| **Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела 1**Подготовка сообщений на тему: «Основатели менеджмента» (в форме практической подготовки) | 2 | ОК 09-11ЛР 13 |
| **Раздел 2. Состав, структура и методы управления организацией** |
| **Тема 2.1** **Цели, задачи организационная структура предприятия** | **Содержание учебного материала**  | 22222 | ОК 01-05,ОК 09-11ЛР 14-15 |
| 1. Основные цели и задачи организации
2. Понятие персонала и его роль в деятельности организации
3. Структуры управления организацией
4. Система методов управления
5. Стили управления в организации
 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | 2222 |
| 1 Определение необходимой численности персонала (в форме практической подготовки) |
| 2 Составление организационной структуры организации (в форме практической подготовки) |
| 3 Определение методов управления в организации (в форме практической подготовки) |
| 4 Применение и использование методов и стилей управления в конкретной ситуации (в форме практической подготовки) |
| **Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела 2**Подготовка докладов на тему: «Идеальный стиль управления в организации» | 2 |  |
| **Тема 2.2****Планирование** **в организации** | **Содержание учебного материала** | 22 | ОК 01-05ЛР 14-15 |
| 1. 1 Планирование в системе менеджмента. Его виды
2. 2 Прогнозирование в системе менеджмента, его особенности
 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | 22 |
| 5 Составление плана работы предприятия (в форме практической подготовки) |
| 6 Определение видов планирования в организации (в форме практической подготовки) |
| **Тема 2.3 Измерение и оценка эффективности предприятия** | **Содержание учебного материала** 1Эффект и измерение эффективности 2 Классификация современных видов эффективности  | 22 | ОК 02-06,ОК 11ЛР 14-15 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | 22 |
| 7 Измерение и оценка эффективности на предприятии (в форме практической подготовки)8 Управление эффективностью предприятия (в форме практической подготовки) |
| **Раздел 3. Контроль в системе менеджмента** |  |  |
| Тема 3.1. **Организация контроля на предприятии** | **Содержание учебного материала:** | 2 | ОК 10,ПК 2.6ЛР 14-15 |
| 1 Понятие, основные этапы и виды контроля 2 Эффективный контроль в организации, его характеристики  |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | 22 |
| 9 Определение вида контроля в организации (в форме практической подготовки) |
| 10 Построение системы контроля в организации (в форме практической подготовки) |
| **Раздел 4. Основы маркетинга** |
| **Тема 4.1.****Предмет, цели и задачи маркетинга** | **Содержание учебного материала** | 22222 | ОК 05-11ЛР 14-15 |
| 1 Введение в маркетинг. Предмет, цели и задачи дисциплины.2 Эволюция маркетинга. Концепции современного маркетинга.3 Структура маркетинговой деятельности в организации.4 Объекты маркетинговой деятельности 5 Субъекты маркетинговой деятельности  |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | 222 | ОК 05-11ЛР 14-15 |
| 11 Построение оптимальной структуры маркетинговой деятельности в организации (в форме практической подготовки) |
| 12 Определение особенностей объектов маркетинговой деятельности (в форме практической подготовки) |
| 13 Определение особенностей субъектов маркетинговой деятельности  |
| **Раздел 5. Окружающая среда маркетинга** |
| **Тема 5.1. Окружающая** **среда маркетинга** | **Содержание учебного материала** 1 Внутренняя среда организации 2 Внешняя среда организации 3 Сегментирование рынка.4 Признаки сегментации рынка. | 2222 | ОК 01-08 ЛР 13-15 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | 22 |
| 14 Определение факторов внутренней и внешней среды маркетинга. |
| 15 Проведение сегментации рынка для организации. Определение целевого сегмента (в форме практической подготовки) |
| **Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела 5**Подготовка сообщений на тему: «Особенности среды маркетинга на предприятиях, оказывающих бухгалтерские и аудиторские услуги» | 2 |
| **Раздел 6. Конкурентная среда**  |  |  |
| **Тема 6.1 Понятие и виды конкуренции** | **Содержание учебного материала:** | 22 | ОК 09-11,ПК 2.6, ПК 4.5ЛР 13-15 |
| 1 Понятие и виды конкуренции. Конкурентоспособность предприятия.2 Способы «борьбы» с конкуренцией (в форме практической подготовки) |
| **В том числе, практических занятий и лабораторных работ** | 22 |
| 16 Определение вида конкуренции в конкретной ситуации, расчет конкурентоспособности (в форме практической подготовки) |
| 17 Разработка плана противодействия конкуренции |
| **Раздел 7. Основы товарной и ценовой политики** |  |  |
| **Тема 7.1** **Определение и характеристики товара** | **Содержание учебного материала** |  |  |
| 1 Классификация товаров. Товарный ассортимент и номенклатура. Упаковка. Марка товара. | 22 | ОК 01-05,ОК 09-11,ПК 4.5ЛР 13-15 |
| 2 Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса. Жизненный цикл товара. |
| **В том числе, практических занятий и лабораторных работ** | 222 |
| 18 Разработка товарного ассортимента и номенклатуры. |
| 19 Разработка стратегии выхода нового товара на рынок. |
| 20 Применение методов ценообразования. Установление цены на товар. |
| **Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела 7**Подготовка сообщений на тему: «Понятие и сущность цены», «Типы рынков в зависимости от ценообразования», «Цели ценообразования», «Зависимость цены от спроса», «Методы ценообразования», «Факторы, влияющие на установление цены продукта» | 2 |  |
| **Итого** | **72** |  |
| **Промежуточная аттестация** | **12** |  |
| **Всего** | **84** |  |

1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

**3.1. Требования к материально-техническому обеспечению**

Для реализации программы учебной дисциплины должно быть предусмотрено следующее специальное помещение: учебный кабинет менеджмента и маркетинга, оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству студентов, рабочее место преподавателя, демонстрационные пособия и модели, учебная доска; техническими средствами обучения: мультимедийный проектор, интерактивная доска/экран, мультимедийные средства.

Учебная дисциплина может быть реализована в дистанционном формате.

**3.2 Информационное обеспечение реализации программы (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе, в области менеджмента и маркетинга.

**3.2.1 Печатные издания**

1. Выгодская, Э. Г. Маркетинг / Э.Г. Выгодская, Н.П. Колпакова. - М.: Гиорд, 2018. - 128 c.
2. Данько, Т. П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость / Т.П. Данько, М.П. Голубев. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 416 c.
3. Данько, Т. П. Управление маркетингом / Т.П. Данько. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 352 c.
4. Егорова , Е.И. Политическая психология менеджера и маркетолога / Екатерина Егорова-Гантман. - М.: Группа Компаний "Никколо М", 2016. - 336 c.
5. Кислицына, В. В. Маркетинг. Учебник / В.В. Кислицына. - М.: Инфра-М, Форум, 2017. - 464 c.
6. Кислицына, В. В. Маркетинг. Учебник / В.В. Кислицына. - М.: Форум, Инфра-М, 2017. - 464 c.
7. Костина, Г. Д. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг / Г.Д. Костина, Н.К. Моисеева. - М.: Омега-Л, 2016. - 176 c.
8. Ларин, К.А.Основы менеджмента / К.А. Ларин. - М.: Прондо, 2016. - 110 c.
9. Мазилкина, Е. И. Маркетинг / Е.И. Мазилкина. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 368 c.
10. Манн, И.С. Маркетинг на 100%. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу / Игорь Манн. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. - 256 c.
11. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг. Учебное пособие / Н.К. Моисеева. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2018. - 320 c.
12. Орлов, В.Е. Основы копирайтинга / Вик Орлов. - М.: Нобель Пресс, 2018. - 905 c.

**3.2.2 Электронные издания (электронные ресурсы)**

1. http://biblioteka.net.ru – Библиотека компьютерных учебников.
2. <http://www.britannica.com> – Библиотека Britannica.
3. <http://marketing.edu.ru/lib/> - Библиотека портала «Маркетинг в образовании»
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
5. Портал «Всеобуч»- справочно-информационный образовательный сайт, единое окно доступа к образовательным ресурсам –<http://www.edu-all.ru/>
6. Экономико–правовая библиотека [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.vuzlib.net](http://www.vuzlib.net/).
7. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации [https://www.minfin.ru/](https://www.minfin.ru/ru/perfomance/)
8. Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации <https://www.nalog.ru/>
9. Официальный сайт Пенсионного фонда России <http://www.pfrf.ru/>
10. Официальный сайт Фонда социального страхования <http://fss.ru/>
11. Официальный сайт Фонда обязательного медицинского страхования <http://www.ffoms.ru/>
12. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации <http://www.cbr.ru/>
13. Официальный сайт Президента России - <http://www.kremlin.ru>

**3.2.3 Дополнительные источники**

1. Романенко, С. Н. Маркетинг / С.Н. Романенко. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 272 c.
2. Синяева, И. М. Маркетинг. Теория и практика / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова. - М.: Юрайт, 2017. - 656 c.
3. Судоргина, Зарина Копирайтинг. Тексты, которые продаются / Зарина Судоргина. - Москва: Мир, 2017. - 250 c.
4. Толкачев, А. Н. Реклама и PR в бизнесе / А.Н. Толкачев. - М.: АВТОР, 2017. - 402 c.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Формы и методы оценки** |
| Перечень знаний, осваиваемый в рамках дисциплины:* 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.
* 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.
* содержание актуальной нормативно-правовой документации;
* современная научная и профессиональная терминология;
* возможные траектории профессионального развития и самообразования.
* психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;
* основы проектной деятельности.
* особенности социального и культурного контекста;
* правила оформления документов и построения устных сообщений.
* правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;
* основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика);
* лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения;
* правила чтения текстов профессиональной направленности.
* основы предпринимательской деятельности;
* основы финансовой грамотности;
* правила разработки бизнес-планов;
* порядок выстраивания презентации;
* кредитные банковские продукты;

 методы сбора информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов.* основы финансового менеджмента, методические документы по финансовому анализу, методические документы по управлению денежными потоками.

Перечень умений, осваиваемый в рамках дисциплины: 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 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 содержание актуальной нормативно-правовой документации; современную научную и профессиональную терминологию; возможные траектории профессионального развития и самообразования психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; особенности социального и культурного контекста.- обеспечивать составление финансовой части бизнес-планов, расчетов по привлечению кредитов и займов, проспектов эмиссий ценных бумаг экономического субъекта;вырабатывать сбалансированные решения по корректировке стратегии и тактики в области финансовой политики экономического субъекта, вносить соответствующие изменения в финансовые планы (сметы, бюджеты, бизнес-планы). | «Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко. «Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено не полностью, некоторые умения сформированы недостаточно, не все предусмотренные программой учебные задания выполнены, большинство заданий выполнены с ошибками. «Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, умения не сформированы, все предусмотренные программой учебные задания не выполнены.  |
| * Устный опрос
* Тестирование
* Выполнение индивидуальных заданий различной сложности
* Оценка ответов в ходе беседы
* Оценка выполнения практического задания (работы)
* Контрольная работа
 |