

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Манаенков Сергей Викторович
Должность: Директор
Дата подписания: 19.05.2021 15:29:05
Уникальный программный код:
b98c63f50c040389aac165e2b73c0c737775c9e9

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ
СООБЩЕНИЯ» В Г. РТИЩЕВО
(ФИЛИАЛ СамГУПС В Г. РТИЩЕВО)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.12 МАРКЕТИНГ**

**по специальности
38.02.01 Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)**

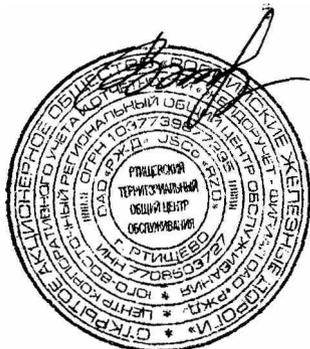
Базовая подготовка среднего профессионального образования

**Ртищево
2019**

Одобрено
на заседании цикловой комиссии
специальностей 38.02.01, 23.02.01
протокол № 1
от « 31 » 01 20 19 г.
Председатель ЦК
Т.Л. Дрожжина

Рабочая программа учебной дисциплины
составлена в соответствии с
требованиями ФГОС СПО по
специальности 38.02.01 Экономика и
бухгалтерский учет (по отраслям)
(приказ Минобрнауки № 69 от
05.02.2018г.)

Согласовано



В.А. Володина, начальник Ртищевского
территориального общего центра обслуживания
Юго-Восточного регионального общего центра
обслуживания – структурного подразделения Центра
корпоративного учёта и отчётности «Желдоручёт» -
филиала ОАО «РЖД».

Утверждаю
Зам. директора по УР
Н.А. Петухова
« 31 » августа 20 19 г.

Разработчик:

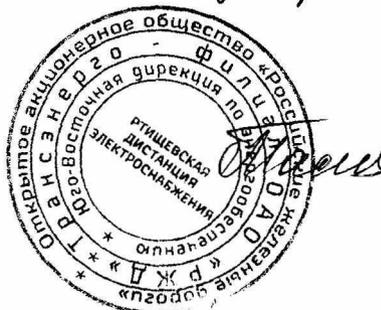
О.Ю. Жукова

О.Ю. Жукова, преподаватель филиала СамГУПС в
г. Ртищево

Рецензенты:

Л.И. Губарь

Л.И. Губарь, преподаватель первой категории
филиала СамГУПС в г. Ртищево



Т.Ю. Маслова, ведущий экономист Ртищевской
дистанции электроснабжения структурного
подразделения Юго-Восточной дирекции по
энергоснабжению структурного подразделения
Трансэнерго – филиал ОАО «РЖД»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.12 Маркетинг является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) по специальностям бухгалтер; бухгалтер, специалист по налогообложению.

Учебная дисциплина ОП.12 Маркетинг обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС СПО по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям). Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК2.3; ПК2.4; ПК 2.5; ПК2.6; ПК2.7; ПК4.6; ПК4.7.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются следующие умения и знания.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	Распознавать задачу и/или проблему; анализировать задачу и/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 и реализовывать его; определить	Актуальный профессиональный и социальный контекст, основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и социальном контексте; особенности денежного обращения (формы расчетов), понятие и сущность финансов, особенности взаимодействия и функционирования хозяйствующих субъектов, финансовые

	необходимые ресурсы.	ресурсы хозяйствующих субъектов – структура и состав.
ОК 02	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.	Номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации.
ОК 03	Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования.	Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования.
ОК 04	Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	Значимость коллективных решений, работать в группе для решения ситуационных заданий.
ОК 05	Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.	Особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений.
ОК 09	Применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение.	Современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и	Нормативно-правовые акты международные и РФ в области денежного

	иностранном языках.	обращения и финансов.
ОК 11	Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности.	Основы финансовой грамотности; порядок выстраивания презентации; финансовые инструменты, кредитные банковские продукты.
ПК 2.3	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;.	приемы физического подсчета активов; порядок составления инвентаризационных описей и сроки передачи их в бухгалтерию; 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
ПК 2.4	формировать бухгалтерские проводки по отражению недостачи активов, выявленных в ходе инвентаризации, независимо от причин их возникновения с целью контроля на счете 94 "Недостачи и потери от порчи ценностей"; формировать бухгалтерские проводки по списанию недостач в зависимости от причин их возникновения;	формирование бухгалтерских проводок по отражению недостачи ценностей, выявленные в ходе инвентаризации, независимо от причин их возникновения с целью контроля на счете 94 "Недостачи и потери от порчи ценностей"; формирование бухгалтерских проводок по списанию недостач в зависимости от причин их возникновения;
ПК 2.5	Определять цели и периодичность проведения инвентаризации; руководствоваться нормативными правовыми актами, регулиющими порядок проведения инвентаризации	Основные понятия инвентаризации активов; характеристику объектов, подлежащих инвентаризации; цели и периодичность проведения

	<p>активов;</p> <p>пользоваться специальной терминологией при проведении инвентаризации активов;</p> <p>давать характеристику активов организации;</p> <p>составлять инвентаризационные описи;</p> <p>проводить физический подсчет активов;</p> <p>составлять акт по результатам инвентаризации;</p> <p>проводить выверку финансовых обязательств;</p> <p>проводить инвентаризацию недостач и потерь от порчи ценностей (счет 94), целевого финансирования (счет 86), доходов будущих периодов (счет 98).</p>	<p>инвентаризации имущества;</p> <p>задачи и состав инвентаризационной комиссии;</p> <p>процесс подготовки к инвентаризации, порядок подготовки регистров аналитического учета по объектам инвентаризации;</p> <p>перечень лиц, ответственных за подготовительный этап для подбора документации, необходимой для проведения инвентаризации;</p> <p>порядок составления инвентаризационных описей и сроки передачи их в бухгалтерию;</p> <p>порядок составления сличительных ведомостей в бухгалтерии и установление соответствия данных о фактическом наличии средств данным бухгалтерского учета;</p> <p>процедуру составления акта по результатам инвентаризации.</p>
ПК 2.6	<p>проводить сбор информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов;</p>	<p>методы сбора информации о деятельности объекта внутреннего контроля по выполнению требований правовой и нормативной базы и внутренних регламентов</p>
ПК 2.7	<p>составлять акт по результатам инвентаризации;</p> <p>составлять сличительные ведомости и устанавливать соответствие данных о фактическом наличии средств данным бухгалтерского учета;</p> <p>выполнять контрольные процедуры и их документирование, готовить и оформлять завершающие материалы по</p>	<p>порядок составления сличительных ведомостей в бухгалтерии и установление соответствия данных о фактическом наличии средств данным бухгалтерского учета;</p> <p>процедуру составления акта по результатам инвентаризации.</p>

	результатам внутреннего контроля.	
ПК 4.6	<p>определять объем работ по финансовому анализу, потребность в трудовых, финансовых и материально-технических ресурсах;</p> <p>определять источники информации для проведения анализа финансового состояния экономического субъекта;</p> <p>планировать программы и сроки проведения финансового анализа экономического субъекта и осуществлять контроль их соблюдения, определять состав и формат аналитических отчетов;</p> <p>распределять объем работ по проведению финансового анализа между работниками (группами работников);</p> <p>проверять качество аналитической информации, полученной в процессе проведения финансового анализа, и выполнять процедуры по ее обобщению;</p> <p>формировать аналитические отчеты и представлять их заинтересованным пользователям;</p> <p>координировать взаимодействие работников экономического субъекта в процессе проведения финансового анализа;</p> <p>оценивать и анализировать финансовый потенциал, ликвидность и платежеспособность, финансовую устойчивость, прибыльность и рентабельность, инвестиционную привлекательность экономического субъекта;</p>	<p>процедуры анализа уровня и динамики финансовых результатов по показателям отчетности;</p> <p>процедуры анализа влияния факторов на прибыль;.</p>

	<p>формировать обоснованные выводы по результатам информации, полученной в процессе проведения финансового анализа экономического субъекта;</p> <p>разрабатывать финансовые программы развития экономического субъекта, инвестиционную, кредитную и валютную политику экономического субъекта;</p> <p>применять результаты финансового анализа экономического субъекта для целей бюджетирования и управления денежными потоками;</p>	
ПК 4.7	<p>формировать информационную базу, отражающую ход устранения выявленных контрольными процедурами недостатков;</p>	<p>основы финансового менеджмента, методические документы по финансовому анализу, методические документы по бюджетированию и управлению денежными потоками</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	32
в том числе:	
теоретическое обучение	20
практические занятия	12
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Маркетинг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объём часов	Коды компетенций
1	2	3	4
Раздел 1. Основы маркетинга		12	
Тема 1.1 Сущность маркетинга	Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга. История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Цели и задачи маркетинга. Классификация и типы маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности (по отраслям).	2	ОК 01 - 05, ОК 09-11, ПК 2.3-2.7; ПК4.6;ПК4.7
Тема 1.2 Окружающая среда маркетинга	Основные элементы окружающей среды фирмы. Маркетинг как сфера деятельности фирмы	2	ОК 01 - 05, ОК 09-11, ПК 2.3-2.7;
	Практическое занятие Анализ факторов маркетинговой среды, влияющих на работу фирмы.	2	ПК4.6;ПК4.7
Тема 1.3 Маркетинговая информация и маркетинговое исследование	Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Вспомогательные системы маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. Методы маркетинговых исследований.	2	ОК 01 - 05, ОК 09-11, ПК 2.3-2.7; ПК4.6;ПК4.7
Тема 1.4 Покупательское поведение	Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. Рынок предприятий. Поведение потребителей промышленных товаров	2	ОК 01-11, ПК 2.3-2.7;

потребителей	Практическое занятие Оценка поведения различных групп покупателей	2	ПК4.6;ПК4.7
Раздел 2. Основные стратегии маркетинга		14	
Тема. 2.1 Сегментирование рынка	Основные принципы сегментации потребительского рынка. Выбор целевых сегментов рынка. Способы и стратегии охвата рынка. Пути позиционирования товара на рынке.	2	ОК 01 - 05, ОК 09-11, ПК 2.3-2.7; ПК4.6;ПК4.7
	Практическое занятие Исследование сегментов рынка.	2	
Тема. 2.2 Стратегическое планирование	Понятие и сущность стратегического планирования в управлении предприятием. Цель стратегического планирования. Планирование маркетинга. Маркетинговая программа.	2	ОК 01 - 05, ОК 09-11, ЛК 2.3-ЛК4.6;ЛК4.7
Тема. 2.3 Основы товарной политики	Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Разработка нового товара в маркетинговой системе. Жизненный цикл товара. Сущность ассортимента и товарной номенклатуры.	2	ОК 01 - 05, ОК 09-11, ПК 2.3-2.7; ПК4.6;ПК4.7
	Практическое занятие Определение этапов жизненного цикла товара.	2	
Тема. 2.4 Ценообразование в маркетинге	Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса. Методы ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Управление ценами: скидки и демпинг. Основные виды ценовой стратегии. Управление ценами: скидки и демпинг.	2	ОК 01 - 05, ОК 09-11, ПК 2.3-2.7; ПК4.6;ПК4.7
	Практическое занятие Ценообразование и ценовая политика фирмы	2	
Раздел. 3. Сбытовая			

функция маркетинга		6	
Тема. 3.1 Организация товародвижения	Основные методы распространения товаров. Товародвижение. Природа и цели товародвижения. Организация товародвижения. Значение посредников и каналов распределения и сбыта и функция. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.	2	ОК 01 - 05, ОК 09-11, ,ПК 2.3-2.7; ПК4.6,ПК4.7
	Практическое занятия Организация сбыта. Выбор посредников	2	
Тема. 3.2 Рекламное дело	Рекламная деятельность. Виды рекламы. Рекламный бюджет. Правила рекламы. Законодательство о рекламе.	2	ОК 01 - 05, ОК 09-11, ПК2.3-.7;ПК4.6;ПК4.7
	Всего:	32	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы дисциплины имеется в наличие учебный кабинет, оснащенный оборудованием:

- оборудованные учебные посадочные места для обучающихся и преподавателя - классная доска (стандартная или интерактивная),
- наглядные материалы,
- техническими средствами обучения:
- мультимедийный проектор,
- компьютер,
- пакетами лицензионных программ (по выбору образовательной организации): MS Office 2016, СПС КонсультантПлюс, ГАРАНТ, бухгалтерская справочная система (БСС) «Система Главбух», «1С» (серия программ «1С: Бухгалтерия»);
- комплект учебно-методической документации.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

Основные источники

1. Маркетинг: учебное пособие для СПО/ Е.П. Михалева – 2-е изд.- М.: Издательство Юрайт, 2017

Дополнительные источники

2. Гавриленко Н.И. Основы маркетинга – М.: Издательский центр «Академия», 2016.
3. Герасимов Б.И., Жариков В.В., Жарикова В.В. Маркетинг – М.: «ФОРУМ», 2016.
4. «Маркетинг в России и за рубежом». Практический журнал Изд-во: Дело и сервис.

Интернет-ресурсы

1. <http://www.marketolog.ru/>-маркетолог
2. <http://www.marketing.spb.ru/>-энциклопедия
3. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал
4. <http://marketingmix.com.ua/>-маркетинг
5. Электронная библиотека ЮРАЙТ <https://biblio-online.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Умение использовать основные категории маркетинга в практической деятельности	оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;	Экспертная оценка деятельности обучающихся при выполнении и защите результатов практических занятий, выполнении домашних работ, опроса, результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся, контрольных работ и других видов текущего контроля.
Умение выявлять сегменты рынка		
Умение проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения		
Умение проводить опрос потребителей		
Умение определять жизненный цикл товара и задачи маркетинга		
Умение учитывать особенности маркетинга (по отраслям)		
Умение изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения		
Умение оценивать поведение покупателей		
Знание концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга	оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская	Экспертная оценка деятельности обучающихся при выполнении и защите результатов практических
Знание принципов и функций маркетинга		
Знание факторов маркетинговой среды		
Знание стратегии разработки нового товара		
Знание этапов жизненного цикла продукции с особенностями маркетинга (по отраслям)		
Знание сущности стратегического		

планирования в маркетинге	существенных	занятий,
Знание критерии и принципы сегментирования, пути позиционирования товара на рынке	неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет	выполнении домашних работ, опроса, результатов
Знание природы и цели товародвижения, типы посредников	теоретические положения при	внеаудиторной
Знание ценовых стратегий и методов ценообразования	решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми	самостоятельной работы обучающихся,
Знание основы рекламной деятельности	навыками и приемами их выполнения; оценка «удовлетворительно»	контрольных работ и других видов текущего контроля
	выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач; оценка «неудовлетворительно»	
	выставляется обучающемуся,	

	который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.	
--	--	--

Рецензия

на рабочую программу по учебной дисциплине ОП.12 Маркетинг

преподавателя филиала СамГУПС в г. Ртищево

Жуковой Ольги Юрьевны

Рабочая программа по дисциплине ОП.12 Маркетинг для второго курса специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) составлена в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами среднего профессионального образования. В программе реализуются требования к содержанию и уровню подготовки обучающихся по дисциплине.

Рабочая программа содержит общую характеристику рабочей программы, структуру и содержание учебной дисциплины, условия реализации программы, контроль и оценку результатов освоения учебной дисциплины. Итоговый контроль, предусмотренный рабочими учебными планами, проводится в форме дифференцированного зачета. Содержание программы раскрывает последовательность изучения разделов и тем, указывает распределение учебных часов по разделам и темам.

В рабочей программе соблюдено единство терминологии и обозначений в соответствии с действующими стандартами. Спланированы практические занятия. Рабочая программа дисциплины направлена на формирование компетенций, необходимых для подготовки специалистов, отвечающих современным требованиям работодателя.



Т.Ю. Маслова, ведущий экономист Ртищевской дистанции электроснабжения структурного подразделения Юго-Восточной дирекции по энергоснабжению структурного подразделения Трансэнерго – филиал ОАО «РЖД»

Рецензия

на рабочую программу по учебной дисциплине ОП.12 Маркетинг

преподавателя филиала СамГУПС в г. Ртищево

Жуковой Ольги Юрьевны

Рабочая программа по дисциплине ОП.12 Маркетинг для второго курса специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) составлена в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами среднего профессионального образования.

При изучении данной дисциплины разработанная программа позволяет приобрести опыт в познавательной деятельности, умение ориентироваться в экономическом пространстве. Рабочая программа выдержана в объеме учебных часов, отводимых на изучение дисциплины. Тематический материал отвечает требованиям Государственного стандарта и направлен на формирование у студентов нового экономического мышления. Программа основана на компетентностном подходе к ее изучению. В программе отражены общие и профессиональные компетенции, которыми должны овладеть студенты в процессе изучения данной дисциплины.

Изучение дисциплины способствует формированию у студентов нового мышления, пониманию сущности проводимых на транспорте реформ, выработке умений решать ситуационные задачи производственного характера, расширению их эрудиции и компетентности.

Программа может быть использована как типовая для средних специальных учебных заведений.

Рецензент



Л.И. Губарь, преподаватель
первой категории филиала
СамГУПС в г. Ртищево

Лист согласования

Дополнения и изменения к рабочей программе на учебный год

Дополнения и изменения к рабочей программе на 2019-2020 учебный год
по дисциплине ОП.12 Маркетинг

В рабочую программу внесены следующие изменения:

В связи с обеспечением доступа к ЭБС book.ru в программу внесены следующие изменения:

- к списку использованной литературы добавлены следующие источники:
Парамонова, Т.Н. Маркетинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.П. — Москва : КноРус, 2020. — 189 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07433-6. — URL: <https://book.ru/book/932563> (дата обращения: 04.02.2020). — Текст : электронный

- интернет источник Электронная библиотека ЮРАЙТ <https://biblio-online.ru> заменен на Электронную библиотеку <https://www.book.ru/check/>

Дополнения и изменения в рабочую программу обсуждены на заседании ЦК

30.02.01, 30.02.01

« 30 » 12 20 19 г. (протокол № 3).

Председатель ЦК

Яр / Яршина

Лист согласования

Дополнения и изменения к рабочей программе на 2020-2021 учебный год по дисциплине ОП.12Маркетинг

В рабочую программу внесены следующие изменения:

1. На основании Приказа филиала СамГУПС в г.Ртищево от 28.08.2020 г. №109 «Об организации учебного процесса в филиале СамГУПС в г.Ртищево в условиях предотвращения распространения новой коронавирусной инфекции COVID -19» и Положения о реализации образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных технологий в филиале СамГУПС в г. Ртищево (приказ филиала СамГУПС в г. Ртищево от 28.08.2020г. №107) преподавание дисциплины ОП.12Маркетинг ведётся в дистанционном формате на образовательной платформе ZOOM (Skype) до особого распоряжения.
2. На основании учебного плана на 2020-2021 учебный год внесены следующие изменения по общим компетенциям (ОК) по профессиональным компетенциям (ПК): ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 09; ОК 10; ОК 11; ПК2.6; ПК2.7; ПК4.6; ПК4.7.

Дополнения и изменения в рабочую программу обсуждены на заседании ЦК

30.02.01 23.02.01

« 31 » 02 2020 г. (протокол № 1).

Председатель ЦК [подпись]