

ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

АД.01 «ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ НА РЫНКЕ ТРУДА»

ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С НАРУШЕНИЯМИ ЗРЕНИЯ

СОДЕРЖАНИЕ

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ НА РЫНКЕ ТРУДА»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Адаптационная дисциплина «Основы социальной адаптации на рынке труда» для обучающихся с нарушениями зрения является обязательной частью ПАОП, включена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 11.02.16 Монтаж, техническое обслуживание и ремонт электронных приборов и устройств

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися с нарушениями зрения осваиваются умения и знания:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03	<p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>определять задачи для поиска информации;</p> <p>определять необходимые источники информации;</p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</p> <p>применять современную научную профессиональную терминологию;</p> <p>определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;</p> <p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;</p> <p>презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;</p> <p>оформлять бизнес-план;</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;</p> <p>презентовать бизнес-идею;</p> <p>определять источники финансирования</p>	<p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>структуру плана для решения задач;</p> <p>порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>содержание актуальной нормативно-правовой документации;</p> <p>современная научная и профессиональная терминология;</p> <p>возможные траектории профессионального развития и самообразования;</p> <p>основы предпринимательской деятельности,</p> <p>основы финансовой грамотности;</p> <p>правила разработки бизнес-планов;</p> <p>порядок выстраивания презентации;</p> <p>кредитные банковские продукты</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	108
в т.ч. в форме практической подготовки	26
в т. ч.:	
теоретическое обучение	50
практические занятия	26
Самостоятельная работа	20
Промежуточная аттестация в форме экзамена	12

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	5
Раздел 1. Основы экономики		34/12	
Тема 1.1. Основные положения экономической теории	Содержание	2/0	
	Понятие макро- и микроэкономики. Что изучает экономическая теория. Факторы производства. Потребности и блага.	1	OK 01 OK 02
	Доходы от собственности. Цифровая экономика РФ, ее роль в общественной жизни.	1	OK 03
Тема 1.2. Рынок. Фирма. Роль государства в экономике	Содержание	8/2	
	Принципы рыночной экономики. Закон спроса. Закон предложения. Рыночное равновесие.	2	OK 01 OK 02
	Основной и оборотный капитал. Амортизация и обновление основного капитала.	2	OK 03
	Конкуренция: её сущность и формы. Монополия. Олигополия.	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие № 1. «Определение равновесной цены».	2	
Тема 1.3. Основные показатели экономической эффективности деятельности предприятия	Содержание	10/6	
	Понятие прибыль, рентабельность. Виды прибыли. Затраты. Виды затрат. Полная себестоимость.	2	OK 01 OK 02
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6	OK 03
	Практическое занятие № 2. Определение рентабельности предприятия	2	
	Практическое занятие № 3. Определение структуры себестоимости важнейших видов продукции растениеводства.	2	
	Практическое занятие № 4. Определение цены продукции предприятия основными методами.	2	

Тема 1.4. Трудовые ресурсы предприятия	Содержание	10/4	
	Понятие кадров. Классификация персонала предприятия. Показатели эффективного использования трудовых ресурсов.	2	OK 01 OK 02 OK 03
	Нормирование труда – основа правильной организации труда и заработной платы. Виды норм и методы нормирования. Трудовой кодекс РФ – основа организации оплаты труда на предприятии.	2	
	Системы оплаты труда: тарифная и бестарифная. Формы оплаты труда в рамках каждой системы. Фонд оплаты труда, состав, порядок определения	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие № 5. Определение уровня производительности труда.	2	
	Практическое занятие № 6. Выполнение расчета фонда оплаты труда.	2	
Тема 1.5. Механизмы ценообразования на продукцию (услуги)	Содержание	4/0	
	Понятие цены и ее функции. Виды цен. Ценообразование и его цели. Механизмы ценообразования на услуги.	4	OK 01 OK 02 OK 03
Раздел 2. Основы менеджмента		26/6	
Тема 2.1. Содержание менеджмента. Управленческий цикл	Содержание	18/2	
	Сущность, цели и задачи менеджмента. Понятие менеджмента условия и предпосылки его возникновения. Современные подходы в менеджменте и принципы управления. Особенности управления в организациях питания	2	OK 01 OK 02 OK 03
	Современные подходы в менеджменте и принципы управления. Особенности управления в организациях питания	2	
	Цикл менеджмента. Характеристика функций цикла и их взаимосвязь. Организация, планирование, контроль и мотивация как функции управления. Понятие, назначение и виды	2	
	Планирование. Значение планирования, цели, принципы, методы и этапы. Виды планов в организации общественного питания.	2	
	Миссия организации. Понятие и содержание.	2	
	Система методов управления на предприятиях общественного питания (организационные, административные, экономические, социально-психологические)	2	
	Управленческое решение. Понятие, виды. Методы принятия управленческого решения. Этапы принятия и реализации решений. Делегирование полномочий.	2	

	Менеджмент в цифровой экономике. Формирование системы цифрового управления организацией. Цифровая экосистема. Цифровая организационная структура управления.	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие № 7. Анализ цифровой структуры управления организацией	2	
Тема 2.2. Управленческие решения	Содержание	8/4	OK 01 OK 02 OK 03
	Понятие «решение», «управленческое решение». Методы и формы принятия управленческих решений.	4	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие № 8. Принятие управленческого решения в цифровой экосистеме	4	
Раздел 3. Основы цифрового маркетинга		16/8	
Тема 3.1. Основы маркетинга.	Содержание	6/0	OK 01 OK 02 OK 03
	Сущность маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга, их краткая характеристика. Основные концепции развития маркетинга, их отличительные особенности. Необходимость совершенствования маркетинга в современных условиях. Содержание маркетинговой деятельности. Управление маркетингом и планирование маркетинговой деятельности в организации ресторанного бизнеса	1	
	Понятие комплекса маркетинга и его разработка в организации питания. Товарная политика предприятия. Понятие товара и услуги. Стратегия разработки новых товаров (меню). Жизненный цикл товара (услуги), цикл создания и освоения новых товаров (услуг) на предприятиях общественного питания. Качество товаров и услуг как фактор конкурентоспособности предприятий, причины, оказывающие на них влияние. Понятие «петля качества». Стандарты системы качества ИСО-9000 (ISO-9000). Разработка нового товара (услуги).	1	
	Сбытовая политика предприятия. Функции, методы, виды и задачи сбыта. Сбытовая политика в организации ресторанного бизнеса. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Ценовая политика и ценовые стратегии организации. Разработка ценовой политики на предприятиях питания.	1	
	Продвижения товаров и услуг в маркетинге. Методы продвижения товаров и услуг в маркетинге. Понятие позиционирования на рынке товаров и услуг. Маркетинговые коммуникации. Реклама и ее виды. Средства рекламы.	1	

	Спрос и потребности в услугах организаций общественного питания. Определение спроса и потребностей в услугах организаций общественного питания. Емкость рынка. Сегментирование рынка, факторы, влияющие на поведение покупателей, выбор целевого рынка организацией питания.	1	
	Методы и виды маркетинговых исследований. Качественные и количественные методы исследования. Наблюдение за потребителями. Экспертный опрос. Мозговой штурм. Изучение реакции респондентов. Количественные методы исследования. Опросы (анкетирование респондентов). Технология и виды опросов в маркетинговых исследованиях. Выбор конкретных методов маркетинговых исследований в организациях питания. Методы прогнозирования в маркетинговых исследованиях	1	
Тема 3.2. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	Содержание	10/8	ОК 01 ОК 02 ОК 03
	Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8	
	Практическое занятие № 9. Сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. E-mail — маркетинг и работа с социальными сетями.	4	
	Практическое занятие № 10. Анализ сайта компании и исследование возможностей e-mail — маркетинга	4	
	Самостоятельная работа Подготовка докладов, рефератов, презентаций по темам Подготовка докладов, рефератов, презентаций по темам: «Сущность маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга, их краткая характеристика» «Методы и виды маркетинговых исследований» «Миссия организации» «Маркетинговые коммуникации. Реклама и ее виды. Средства рекламы» «Понятие «решение», «управленческое решение». Методы и формы принятия управленческих решений» «Управление маркетингом и планирование маркетинговой деятельности в организации ресторанного бизнеса»	20	ОК 01 ОК 02 ОК 03
Промежуточная аттестация Экзамен		12	
Всего:		108/26	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Социально-гуманитарных дисциплин», оснащенный в соответствии с ПАОП.

Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения.

Для обучающихся с нарушениями зрения рекомендуется организация рабочего места: выделить для обучающегося место в первом ряду, у окна. Учебные помещения оборудуются комбинированной системой общего искусственного и местного освещения. Суммарный уровень освещенности от общего и местного освещения должен составлять:

для обучающихся с высокой степенью осложненной близорукости и высокой степенью дальновидности – 1000 лк;

для обучающихся с поражением сетчатки и зрительного нерва (без светобоязни) – 1000-1500 лк;

для обучающихся со светобоязнью – не более 500 лк.

- для обучающихся со светобоязнью над учебными столами предусматривается раздельное включение отдельных групп светильников общего освещения;

- парты и столы обучающихся, страдающих светобоязнью, размещаются таким образом, чтобы не было прямого, раздражающего попадания света в глаза обучающихся;

- в учебных аудиториях окраска дверей и дверных наличников, выступающих частей мебели и оборудования должна контрастировать с окраской стен и иметь матовую поверхность;

- для обеспечения ориентировки в здании, сокращения излишних передвижений, а также для безопасности обучающихся учебные и иные помещения для них желательно размещать не выше второго этажа;

- опасные для обучающихся с нарушением зрения места должны иметь ограждения, обеспечивающие полную безопасность; двери и шкафы всегда должны быть закрыты, их нельзя оставлять приоткрытыми;

- обучающихся необходимо предупреждать об изменении расположения мебели в аудитории, привычного расположения предметов, которыми он пользуется - использование в аудитории визуальных ориентиров, выполненных яркими цветами, пиктограмм, освещаемых указателей, надписей, подсветки в затемненных местах (в шкафах для книг, пособий);

- комплект оснащения для стационарного рабочего места для незрячего или слабовидящего пользователя: персональный компьютер с большим монитором (19 - 24"), с программой экранного доступа JAWS, программой экранного увеличения MAGic, ZoomText) и дисплеем, использующим систему Брайля (рельефно-точечного шрифт), читающая машина, портативный видеоувеличитель;

- комплект оснащения для мобильного рабочего места для незрячего или слабовидящего пользователя: ноутбук (или нетбук) с программой экранного доступа JAWS, программой экранного увеличения MAGic, ZoomText) и портативным дисплеем, использующим системы Брайля (рельефно-точечный шрифт), портативный видеоувеличитель, тифломаркер.

Технические и программные средства общего и специального назначения:

- адаптация официального сайта образовательной организации;

- дисплей с использованием системы Брайля (рельефно-точечный шрифт) 40-знаковый или 80-знаковый, или портативный дисплей;

- принтер с использованием системы Брайля (рельефно-точечный шрифт);

- программа экранного доступа с синтезом речи;

- программа экранного увеличения;

- редактор текста (программа для перевода обычного шрифта в брайлевский и обратно);

- программы синтеза речи TTS (Text-To-Speech);

- читающая машина;
- стационарный электронный увеличитель;
- ручное увеличивающее устройство (портативная электронная лупа);
- электронный увеличитель для удаленного просмотра;
- тифломаркер;
- мультимедийная библиотека с медиагидом.

Специальные помещения должны представлять собой учебные аудитории для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, мастерские и лаборатории, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные электронные издания

1. Борисов Е.Ф. Основы экономики учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е.Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489601> (дата обращения: 30.05.2022).

3.2.2. Дополнительные электронные издания

1. Вазим А.А. Основы экономики: учебник для СПО/ А.А. Вазим. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 224 с. — ISBN 978-5-8114-8953-4. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185907> (дата обращения: 30.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Карпова С. В. Основы маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487560>

3. Мардас А. Н. Основы менеджмента. Практический курс: учебное пособие для среднего профессионального образования / А.Н. Мардас, О. . Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 175 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08328-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492505> (дата обращения: 30.05.2022).

4. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 212 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04815-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493082> (дата обращения: 30.05.2022).

5. Поликарпова Т.И. Основы экономики: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. И. Поликарпова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 254 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-

07771-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492417> (дата обращения: 30.05.2022).

6. Реброва Н. П. Основы маркетинга: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489738> (дата обращения: 30.05.2022).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;</p> <p>анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;</p> <p>применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</p> <p>знать методику расчета показателей деятельности организации;</p> <p>основные положения экономической теории;</p> <p>принципы рыночной экономики;</p> <p>роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</p> <p>стили управления, виды коммуникации;</p> <p>принципы делового общения в коллективе;</p> <p>управленческий цикл;</p> <p>особенности менеджмента в области животноводства;</p> <p>механизмы ценообразования и сбыта к рыночной ситуации продукции;</p> <p>формы оплаты труда.</p>	<p>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.</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» 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.</p> <p>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.</p>	<p>Оценка результатов выполненных практических работ.</p> <p>Экспертная оценка выполненного практического задания</p> <p>Оценка выполненных тестовых заданий</p>