

**ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА АДАПТАЦИОННОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**АД.01 «ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ НА РЫНКЕ ТРУДА»**

**ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ БЕЗ НАРУШЕНИЙ**  
**ПСИХОФИЗИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

## **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 инвалидностью без нарушений психофизического развития 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 инвалидностью без нарушений психофизического развития 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**

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

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

<b>Тема 1.4. Трудовые ресурсы предприятия</b>	<b>Содержание</b>	<b>10/4</b>	
	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	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>	
	<b>Практическое занятие № 5.</b> Определение уровня производительности труда.	2	
	<b>Практическое занятие № 6.</b> Выполнение расчета фонда оплаты труда.	2	
<b>Тема 1.5. Механизмы ценообразования на продукцию (услуги)</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/0</b>	
	Понятие цены и ее функции. Виды цен. Ценообразование и его цели. Механизмы ценообразования на услуги.	4	OK 01 OK 02 OK 03
<b>Раздел 2. Основы менеджмента</b>		<b>26/6</b>	
<b>Тема 2.1. Содержание менеджмента. Управленческий цикл</b>	<b>Содержание</b>	<b>18/2</b>	
	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, социальнопсихологические)	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	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	2	
	<b>Практическое занятие № 7.</b> Анализ цифровой структуры управления организацией	2	
Тема 2.2. Управленческие решения	<b>Содержание</b>	<b>8/4</b>	OK 01 OK 02 OK 03
	Понятие «решение», «управленческое решение». Методы и формы принятия управленческих решений.	4	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>	
	<b>Практическое занятие № 8.</b> Принятие управленческого решения в цифровой экосистеме	4	
<b>Раздел 3. Основы цифрового маркетинга</b>		<b>16/8</b>	
<b>Тема 3.1. Основы маркетинга.</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/0</b>	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	
<b>Тема 3.2. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа</b>	<b>Содержание</b>	<b>10/8</b>	OK 01 OK 02 OK 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	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>	
	<b>Практическое занятие № 9.</b> Сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. E-mail — маркетинг и работа с социальными сетями.	4	
	<b>Практическое занятие № 10.</b> Анализ сайта компании и исследование возможностей e-mail — маркетинга	4	
	<b>Самостоятельная работа</b> 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»	<b>20</b>	OK 01 OK 02 OK 03
<b>Промежуточная аттестация Экзамен</b>		<b>12</b>	
<b>Всего:</b>		<b>108/26</b>	



### **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 обучающихся с соматическими заболеваниями, у которых не поражены опорно-двигательные функции и органы чувств, зачастую достаточно повысить степень учета эргономических требований к учебным материалам, чтобы студент с ОВЗ сам мог выбрать размер и тин шрифта при просмотре, полученного материала на экране, убрать или переместить рисунки и т.п., изменить цвета, используемые при оформлении текста, подобрать степень яркости и контраста.

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>