



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-  
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)  
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ  
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

**РАЗРАБОТКА ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫХ ПРАКТИЧЕСКИХ  
ЗАДАНИЙ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ В  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Выпускная квалификационная работа  
по направлению: 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)  
Направленность: «Экономика и управление»  
Форма обучения заочная

Проверка на объем заимствований:  
65,46 % авторского текста

Работа рекомендована к защите  
« 13 » июня 2023 г.  
Зав. кафедрой ЭУиП  
к.э.н., доцент

Выполнил:  
студент группы ЗФ-509-081-5-1  
Басенко Регина Рамилевна

Научный руководитель:  
доцент кафедры ЭУиП  
Демцура Светлана Сергеевна

Челябинск  
2023

## Оглавление

<b>Введение</b> .....	3
<b>Глава 1. Теоретические аспекты применения практических заданий по экономическим дисциплинам в профессиональной образовательной организации</b> .....	9
1.1. Характеристика средств обучения в процессе изучения экономических дисциплин.....	9
1.2. Особенности преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях.....	15
1.3. Методика разработки и применения практических заданий в процессе изучения экономических дисциплин в СПО.....	25
Выводы по первой главе.....	32
<b>Глава 2. Практическая деятельность по разработке дифференцированных практических заданий по дисциплине «Маркетинг» в условиях ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж»</b> .....	34
2.1. Анализ применения дифференцированных практических заданий в процессе обучения дисциплине «Маркетинг» в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».....	34
2.2. Разработка дифференцированных практических заданий по дисциплине «Маркетинг» в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».....	44
Выводы по второй главе.....	57
<b>Заключение</b> .....	59
<b>Список использованных источников</b> .....	65
<b>Приложение</b> .....	70

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования.** Современные тенденции в образовании требуют постоянных качественных изменений в подходе к процессу преподавания: применения новых педагогических технологий, преобразований в содержании и формах обучения, а также в системе контроля и оценки знаний.

Взаимодействие образования с различными сферами общественной жизни осуществляется напрямую через личность, вовлеченную в экономические, политические, духовные, и другие социальные связи.

Образование не только помогает нам в жизни, но еще дает возможность развиваться как личности, а также делать успехи в карьере. В наше время образование играет важную роль в жизни каждого человека.

В итоге именно образование определяет место человека в обществе, его возможности, цели, которые он добивается в обществе и способы награды за труды.

Выполняя задания дифференцированных практических работ, обучающиеся включаются в реальный процесс экономической работы, которая проводится на производственном предприятии. На практике проверяется уровень полученных обучающимися теоретических знаний. В результате с помощью преподавателей происходит более полное усвоение и закрепление профессиональных знаний, дополняющихся определёнными деловыми навыками.

Практическое занятие – это вид учебного занятия, который обеспечивает связь теории с профессиональной практикой и содействует выработке умения применять знания, полученные обучающимися на лекции и в процессе самостоятельной работы. Главное в практическом

Основная задача дифференцированной организации учебной деятельности — раскрыть индивидуальность, помочь ей развиваться,

устояться, проявиться, обрести избирательность и устойчивость к социальным воздействиям. Дифференцированное обучение сводится к выявлению и к максимальному развитию задатков и способностей каждого обучающегося.

Существенно важно, что при этом, общий уровень образования должен быть одинаков для всех. Дифференцированная организация учебной деятельности с одной стороны учитывает уровень умственного развития, психологические особенности обучающихся, абстрактно-логический тип мышления.

С другой стороны — во внимание принимаются индивидуальные запросы личности, ее возможности и интересы в конкретной образовательной области. Изучение и анализ психолого-педагогической литературы показывает, что современная концепция среднего профессионального образования решительно отказывается от традиционной уравниловки, признавая многообразие форм обучения и получения среднего профессионального образования в зависимости от склонностей и интересов обучающихся. Как освещается в педагогической литературе и показывает практика, организация дифференциации образования в профессиональной образовательной организации в современных условиях имеет много направлений, требующих серьезного исследования.

Реформирование системы профессионального образования России в настоящее время требует обновления его содержания и предполагает изменения форм и методов обучения. Стремительное развитие передовых технологий в сфере производства, возросшие требования работодателей к уровню подготовки выпускников и переход к реализации ФГОС СПО открыли новые возможности образовательного прогресса. Все это, в свою очередь, влияет на модернизацию системы среднего профессионального образования, особенно в части создания рабочих программ дисциплины и

соответственно учебно-методических комплексов по разработке практических заданий – непосредственная работа обучающегося.

#### **Актуальность темы исследования.**

Разработка дифференцированных практических заданий по дисциплине направлена на оказание помощи в изучении и систематизации теоретических знаний, формировании практических навыков работы в определенной области. От наличия и качества практических заданий по всем дисциплинам учебного плана профессиональной образовательной программы во многом зависит качество образования выпускников, их конкурентоспособность.

А это, в свою очередь, определяет место учреждения среднего профессионального образования на рынке образовательных услуг, его авторитетность и привлекательность для абитуриентов, что особенно важно в современных экономических условиях.

Практические задания адресованы, прежде всего, студенту. Для него это своеобразный компас, помогающий ориентироваться в содержании учебной дисциплины, последовательности ее изучения, разделах и требованиях к уровню ее освоения.

Разработка и применение практических заданий в учебном процессе направлено на повышение эффективности обучения. Это способствует внедрению прогрессивных форм, методов и средств обучения, оптимизации учебного процесса на основе комплексного, системного целостного подхода к каждому компоненту учебного процесса, к любому виду деятельности преподавателя и обучающихся. Все это способствует развитию творческой активности обучающихся на занятиях. В современных условиях творческий потенциал выпускника должен быть на таком уровне, чтобы молодой специалист мог самостоятельно формулировать и решать проблемы производства и общества, быть готовым к дальнейшему самообразованию.

Практика показывает, что создание оптимального комплекса практических заданий весьма сложная и трудоемкая задача.

Таким образом, практические задания той или иной дисциплины в современных условиях вариативности, дифференцированности и стандартизации образования становится важным средством методического обеспечения учебного процесса в единстве целей, содержания дидактических процессов и организационных форм.

**Степень разработанности темы в учебно-методической литературе:** основой исследования явились труды ученых, раскрывающие фундаментальные проблемы профессионального образования (А.Н. Лейбович, С.Я. Батышев, В.А. Федоров, П.Ф. Семушина, И.П. Смирнов и др.), проблемы разработки федеральных государственных образовательных стандартов (В.П. Беспалько, М.А. Галагузова, И.В. Костенко, Б.П. Пальчевский, Н.В. Чекалева, Л.Е. Солянкина, А.М. Саранов).

Для написания выпускной квалификационной работы послужили учебные пособия, монографии, философские положения по теории и практике проектирования федеральных государственных образовательных стандартов, труды ведущих российских ученых, таких как, А.Н. Лейбович, С.Я. Батышев, В.А. Федоров, П.Ф. Анисимов, по педагогике и педагогической психологии И.П. Смирнов, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, В.П. Беспалько, М.А. Галагузова, И.В. Костенко, Б.П. Пальчевский, Г.В. Сердюк, Н.В. Чекалева, Л.Е. Солянкина по теории целостного педагогического процесса Ю.К. Бабанский, Е.А. Гнатышина, В.И. Загвязинский, И.Я. Лернер и др.

Это обусловило выбор темы исследования: «Дифференцированные практические задания как средство обучения экономическим дисциплинам в профессиональной образовательной организации».

**Объект исследования:** практические методы обучения.

**Предмет исследования:** дифференцированные практические задания по экономическим дисциплинам как средство обучения в условиях среднего профессионального образования.

**Цель исследования:** теоретически обосновать и разработать комплекс дифференцированных практических заданий по дисциплине «Маркетинг» в условиях ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».

Для достижения поставленной цели требуется решение следующих **задач:**

1. дать характеристику средствам обучения в процессе изучения экономических дисциплин;
2. определить методику разработки и применения практических заданий в процессе изучения экономических дисциплин в СПО;
3. проанализировать опыт применения дифференцированных практических заданий в процессе обучения дисциплине «Маркетинг» в условиях ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».
4. разработать комплекс дифференцированных практических заданий по дисциплине «Маркетинг» для целей ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».

**Теоретико-методологическая основа исследования:** труды ведущих российских ученых, таких как А.Н. Лейбович, С.Я. Батышев, В.А. Федоров, П.Ф. Анисимов, И.П. Смирнов, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, И.Я. Лернер, В.П. Беспалько, М.А. Галагузова, И.В. Костенко, Б.П. Пальчевский, Г.В. Сердюк, Н.В. Чекалева, Л.Е. Солянкина и др.

**Методы исследования:**

— теоретические методы (анализ, обобщение и систематизация психолого-педагогической, методической литературы и исследований по проблеме);

— эмпирические методы (изучение и обобщение педагогического опыта; включенное наблюдение учебной деятельности обучающихся в

процессе теоретических и практических занятий; анализ процесса и результатов учебной деятельности обучающихся; беседа).

**Практическая значимость исследования:** разработанный в результате проделанной работы комплекс практических заданий по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг» может быть использован для целей образовательного процесса преподавателями и студентами ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».

**База исследования:** государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Южно-Уральский государственный колледж.

**Сокращенное наименование колледжа:** ГБПОУ «ЮУГК»;

Юридический адрес: 454092, Челябинская область, г. Челябинск, ул. Курчатова, 7

**Структура квалификационной работы:** работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, списка литературы и приложения.

В первой теоретической главе, рассмотрены аспекты применения практических заданий по экономическим дисциплинам в профессиональной образовательной организации, а именно характеристика средств обучения в процессе изучения экономических дисциплин, особенности преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях, методика разработки и применения практических заданий в процессе изучения экономических дисциплин в СПО.

Во второй практической главе, рассмотрена деятельность по разработке дифференцированных практических заданий по дисциплине «Маркетинг» в условиях ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж, проведен анализ применения дифференцированных практических заданий в процессе обучения дисциплине «Маркетинг» в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж», разработка дифференцированных практических заданий по дисциплине «Маркетинг» в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».



# **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

## **1.1. Характеристика средств обучения в процессе изучения экономических дисциплин**

Современная система образования представляет собой весьма многообразную сферу жизни общества, в которой задействованы большие массы людей, сконцентрированы значительные материальные, финансовые и информационные ресурсы. Эти ресурсы, призванные обеспечить образовательный процесс, и называют средствами обучения. Для уяснения содержания этого многопланового понятия обычно выделяют несколько уровней средств обучения.

К средствам обучения экономическим дисциплинам относят такие предметы, которые используются в учебно-воспитательном процессе для передачи информации, организации познавательной деятельности студента и управления этой деятельностью на различных этапах урока.

Средства обучения способствуют рациональной организации самостоятельной работы на занятии и во внеурочное время, активизации процесса обучения и его тесной связи с жизнью.

Особенно большое значение они имеют при ознакомлении студента с новой техникой, прогрессивной технологией, передовыми методами труда новаторов производства.

Согласно ФГОС СПО [1;2] необходимость разработки концепции методологии профессионального образования, основывается на следующих принципах:

— разработка дидактического и методического обеспечения экономических дисциплин должна осуществляться на основе реализации

методологии системной проектировочно-конструкторской деятельности – дидактической инженерии;

— разработка содержания, а также методических приемов его представления, организации учебной деятельности по его усвоению и обобщению должны осуществляться с учетом закономерностей развития познания, мышления и интеллекта студента – на основе дифференционно-интеграционной теории развития;

— разработанные дидактико-методические ресурсы должны представлять собой образцы / ориентиры педагогического опыта и целесообразно соотноситься с технико-технологической средой обучения.

Учитывая все стратегические подходы к компьютеризации в образовании, можно обозначить основные принципы, которыми можно руководствоваться:

- рациональный отбор и иерархическое структурирование учебной информации;
- необходимость электронного обеспечения контроля и тренинга;
- оптимальный комфорт обучения с компьютером;
- обязательный мониторинг качества электронного обучения;
- положительная мотивация обучения с компьютером как важный показатель рейтинга;
- разработка индивидуальных методических электронных ресурсов [8].

Дидактические средства обучения экономическим дисциплинам в современном мире отличаются широчайшим разнообразием и включают в себя как традиционные, так и мультимедийные средства обучения. В связи с активным развитием в последние годы компьютерных технологий и Интернета сегодня довольно востребованным стало использовать различные мультимедийные средства обучения.

Теория и методика обучения экономики является относительно молодой областью знания. Данная научная дисциплина осуществляет отбор

различных материалов, связанных с социально-экономическими процессами для изучения экономических дисциплин, а также разрабатывает на основе общедидактической теории методические средства с целью формирования экономической грамотности общества.

Используя достижения теории и методики обучения экономики, квалифицированный преподаватель способен избежать ошибок при подготовке грамотных специалистов [10].

Теория и методика обучения экономическим дисциплинам является достаточно динамичной наукой, в связи с систематическими изменениями в законодательстве, появлением новых социально-экономических норм и моделей поведения людей, а также в связи с тем, что происходит модернизация научных подходов относительно вопросов организации экономического образования.

Обозначим ведущие принципы современной методики обучения экономическим дисциплинам:

1. вариативность и альтернативность моделей правового обучения (разнообразие подходов в области обучения экономике) связано с отсутствием единой, строго обязательной системы правового образования;
2. лично ориентированный подход (индивидуализация и дифференциация обучения);
3. наибольшая активизация познавательной деятельности студентов с опорой на социальный опыт;
4. обучение основанное на положительные эмоциональные переживания субъектов процесса в режиме диалогового сотрудничества «преподаватель – студент»;
5. прослаивание многоуровневой, профессиональной, грамотной и апробированной вертикали правового образования;
6. использование исследовательского компонента;

Дидактическое обеспечение оценивается по следующим показателям: наличие банка контрольных заданий, тестов; наличие дидактических пособий по учебной дисциплине, тематики лабораторно-практических и реферативных работ и т.д. Каждый элемент дидактического обеспечения является дидактическим средством обучения.

Дидактические средства обучения экономическим дисциплинам имеют существенное значение для реализации информационной и управленческой функции педагога. Они помогают возбудить и поддержать познавательные процессы студентов, улучшают наглядность учебного материала, делают его более доступным, обеспечивают наиболее точную информацию об изучаемом явлении. Интенсифицируют самостоятельную работу и позволяют вести её в индивидуальном темпе [15, с.28].

Средства обучения – это объекты, созданные человеком, а также предметы естественной природы, используемые в образовательном процессе в качестве носителей учебной информации и инструмента деятельности педагога и обучающихся для достижения поставленных целей обучения, воспитания и развития [24, с.167].

Средства обучения наряду с живым словом педагога являются важным компонентом образовательного процесса и элементом учебно-материальной базы любого образовательного учреждения. Являясь компонентом учебно-воспитательного процесса, средства обучения оказывают большое влияние на все другие его компоненты - цели, содержание, формы, методы.

В современной практике профессионального обучения большое значение уделяется на разработку комплексного дидактического обеспечения экономических дисциплин [4, с.39].

Дидактические обучающие комплексы – совокупность средств обучения, используемых на различных этапах учебно-познавательного процесса и обеспечивающих единство педагогического воздействия.

Дидактический комплекс рассматривается как дидактическая система, позволяющая педагогу через информационную составляющую дисциплины реализовать целостную технологию обучения. Этим решается задача гарантированного достижения целей профессиональной подготовки обучающихся. Каждый элемент дидактического комплекса является не просто носителем соответствующей информации, но и выполняет специфические функции, определенные замыслом педагога, реализуемые в проекте технологии обучения. Следовательно, дидактический комплекс можно рассматривать как целостную дидактическую систему, представляющую собой постоянно развивающуюся базу знаний в определенной предметной области.

Под дидактическим комплексом учебно-методического обеспечения учебной дисциплины понимается дидактическая система, в которую, с целью создания условий для педагогически активного информационного взаимодействия между преподавателем и обучающимися интегрируются прикладные педагогические продукты, а также совокупность других дидактических средств и методических материалов, обеспечивающих и поддерживающих учебный процесс [12].

Такие комплексы разрабатываются с целью:

- совершенствования педагогического мастерства;
- оптимизации подготовки и проведения занятий;
- обеспечения преемственности положительного опыта;
- интенсификации учебно-воспитательного процесса;
- развития познавательной активности студенты системой дифференцированных заданий с учетом их индивидуальных способностей;
- отказа от описательного, сугубо информационного изложения знаний;
- обеспечения дидактического единства усвоения системы знаний и развитие творческой познавательной деятельности студентов.

Интерактивные средства обучения – это средства, обеспечивающие возникновение диалога, т.е. активный обмен сообщениями между пользователем и информационной системой в режиме реального времени[52]. Появление ИСО обеспечивает новые виды учебной деятельности, как регистрация, сбор, накопление, хранение, обработка информации об изучаемых объектах и процессах, передача больших объемов информации, представленных в различной форме, управление отображением на экране моделями различных явлений и процессов. Интерактивный диалог осуществляется не только с обучающимися, но и со средством обучения, функционирующим на базе информационно-коммуникационных технологий [31;45].

Таким образом, опираясь на вышесказанное, мы пришли к следующему выводу, что к достоинствам дидактических комплексов учебно-методического обеспечения учебных дисциплин можно отнести следующие:

— прикладные педагогические продукты, входящие в дидактический комплекс, представляют собой целостную систему, способную осуществлять сбор, организацию, хранение, обработку, передачу и представление учебной информации;

— все элементы дидактического комплекса взаимосвязаны и имеют единую информационную основу и программно-аппаратную среду, при наличии цифровой реализации дидактического комплекса;

— возможность использования дидактического комплекса как в локальных и распределенных компьютерных сетях организации СПО, так и в глобальной сети Интернет;

— дидактический комплекс обеспечивает возможность моделирования технико-организационных условий выполнения различных операций и работ, характерных для профиля и специальности программы подготовки.

## **1.2 Особенности преподавания экономических дисциплин в профессиональных образовательных организациях**

Обучение умению мыслить и усваивать экономические знания - особенность процесса преподавания экономических дисциплин в ПОО. На сегодняшний день все формы учебного процесса, все методики обучения экономическим дисциплинам улучшаются с целью научить студентов ПОО самостоятельному экономическому мышлению. Так как экономическая реальность многообразна и претерпевает постоянные изменения. Поэтому от преподавателей экономических дисциплин требуется целенаправленное использование различных, форм, методов обучения и применение педагогического контроля, для повышения уровня знаний студентов ПОО в экономической сфере. [7, с.113]

Известно, что особенности процесса преподавания экономических дисциплин, зависит от методики преподавания. Методика преподавания определяет эффективность образовательного процесса, а так же она призвана обеспечить высокий теоретический уровень преподавания, научность, и доступность изложения материала. Как совокупность определенных приемов, методика преподавания неразрывно связана с содержанием изучаемой науки, в нашем случае с экономикой.

Экономика - сфера человеческой деятельности, которая предназначена для обеспечения человека всем необходимым для поддержания жизни. Именно здесь происходит столкновение интересов различных слоев и групп населения. Поэтому современный учебный образовательный процесс и задачи, которые ставятся перед ним требует специальной «Методики преподавания экономических дисциплин», которая будет направлена только на студентов экономических специальностей. [44, с.54]

Методика преподавания экономических дисциплин исследует совокупность взаимосвязанных средств, методов, форм обучения экономическим предметам. Отличительной чертой данной методики является тесная связь обучения с экономической жизнью общества. Такой прикладной аспект позволяет постоянно наращивать теорию, расширять понятийный аппарат, открывать новые принципы и законы. Именно такой подход способствует наиболее эффективному усвоению экономических дисциплин. Для данной методики характерно использование данных статистики: факты и цифры, которые помогают раскрыть разные стороны определенных экономических процессов и явлений. [49, с.124]

Для методики преподавания экономических дисциплин, так же особенную роль играют теории и доказательства. Их основная цель - научить студентов применять общие понятия экономической теории, при помощи методических приемов, которые помогут активизировать мыслительную деятельность обучающихся в основных формах учебного процесса (лекции, семинары, самостоятельная работа, практические занятия, контроль знаний). [38, с.216]

В учебной практике сложились вполне оправдавшие себя следующие формы учебного процесса преподавания экономических дисциплин в ПОО:

- лекции;
- самостоятельная работа;
- семинарские занятия;
- консультации;
- зачеты;
- экзамены.

Лекция – форма учебного процесса, при которой преподаватель сообщает новый учебный материал, а студенты его воспринимают. различают вводные, установочные, текущие, заключительные и обзорные лекции, зависит это от поставленных дидактических целей.[44, с.85]



Самостоятельная работа- это индивидуальная работа обучающегося с каким-либо материалом, для повышения им самостоятельно своих знаний и умений. Самостоятельной работе в ПОО отводится большое количество времени. [44, с.96]

Семинарские занятия- это обсуждение проблемной темы по заранее подготовленным вопросам, где обучающиеся ищут на них ответы. Семинарское занятие может проходить в форме семинаров, докладов, конференций, дискуссий и др. [44, с.98]

Консультация — форма учебного занятия, в процессе которого обучающийся получает ответы от преподавателей на конкретные вопросы по теоретическим положениям или аспектам их практического применения. Консультация может быть индивидуальной или групповой. [44, с.46]

«Зачет» и «Экзамен»- это промежуточная или итоговая форма контроля по усвоению пройденной дисциплины обучающимися среднего профессионального обучения. Зачет может быть дифференцированный. Экзамен всегда носит оценочный характер. [44, с.26]

Ни одна из этих форм не может быть признана универсальной, способной заменить другие. Каждая из форм учебного процесса находится в неразрывной взаимосвязи, и помогает педагогу ПОО не потерять закономерность изложенного материала, при потере одного из элементов будет потеряна логическая связь между изучаемыми экономическими явлениями и процессами.

Перед преподавателем экономики стоит важная задача: как максимально активизировать и задействовать процесс восприятия студента новых знаний. Помощь педагогу окажут в решении этой задачи наглядные пособия, графики, таблицы, диаграммы без которых нельзя показать студентам даже кривую «спроса и предложения».

Наглядные пособия помогают лучше осмыслить и понять экономическую дисциплину. Для успешного изучения экономических

предметов, применяют практические и самостоятельные задания с использованием уже изученного материала, из существенных методических особенностей преподавания экономических дисциплин является использование математического аппарата – графиков и формул. Не обойтись преподавателю ПОО и без использования статистического материала. А для усвоения материала можно использовать такие методы обучения, как дискуссионные методы проведения занятий, имитационных, дидактических, блиц- игр; метод проблемного обучения, анализ, разбор экономических задач на основе индивидуальных и совместных расчетов, обсуждение несущих экономических вопросов для приобретения опыта принятия самостоятельных решений. При изложении материала и для усвоения экономических терминов в ПОО могут использоваться такие приемы, как Прием «Бартер», Прием «Позиционирования», Прием «Стикер», Прием «Глухой телефон», Прием «Терминологическая разминка», и др. [43, с.325]

Рассмотрим данные приемы:

1. Прием «Бартер» - в этом приеме педагогу предстоит приготовить индивидуальные карточки, на которых будут перечислены уже изученные термины и карточки с понятиями, которые могут совпадать или не совпадать с представленными в карточках терминами. Если совпадение обнаружено, то студент откладывает понятие. А если попался термин, которого нет в карточке, то необходимо обменять его у своих товарищей. Но главное условие, нельзя произносить название термина, можно лишь озвучить его определение.

2. Прием «Позиционирования» - теоретический материал экономических дисциплин сложный, и для облегчения его восприятия обучающимися, можно воспользоваться приемом «Позиционирования». Суть, этого приема заключается в следующем, студенты делятся на четыре группы: понятия, схемы, вопросы, тесты. Затем каждой группе

выдается лекционный материал, который необходимо изучить и переработать в соответствии с занимаемой ролью. После выполнения данного задания группа выступает с полученными результатами перед другими группами.

3. Прием «Стикеры» - Педагог приклеивает стикер с термином одному из обучающихся, но так что бы студент который вышел к доске не видел его. Оставшиеся за партами обучающиеся по очереди характеризуют понятие, а основной игрок пытается догадаться о каком термине идет речь. После того, как понятие разгадано, главный игрок обобщает все сказанное и старается дать точное определение термину.

4. Прием «Глухой телефон» - Студенты по цепочке передают на уходруг другу экономический термин или определение данного термина. Например, первый участник получает от преподавателя какое-либо определение термина, передает второму, второй участник, в свою очередь, прослушав определение, передает третьему участнику игры понятие, которое, как он считает, наиболее соответствует данному определению.

5. Прием «Терминологическая разминка» - Студенты делятся на команды и по очереди произносят экономические термины, начинающиеся на последнюю букву предыдущего слова. Называются только существительные в единственном числе. Например: КонкуренциЯ– ЯрмаркА – АкциЗ –ЗалоГ ит.д. [28, с.43]

Их применение способствует наиболее продуктивному усвоению материала, поскольку традиционное, «скучное» изучение терминов, понятий, законов и т.п. превращается в увлекательную «игру», «соревнование», вызывающие у студентов интерес, что позволяет активизировать их познавательную активность.

При проведение таких занятий педагог должен обладать высокой профессиональной подготовкой. Он должен определить конечный

результат деятельности студентов, следить за ходом мыслей контролировать процесс выполнения задания.

Невозможно полное освоение дисциплины и без практических работ. К ним могут относиться: контрольные работы, проекты, бизнес-планы, самостоятельная работа и т.п.

Методика обучения экономическим дисциплинам изучает способы деятельности в области экономического обучения – методы, которые могут быть самыми разнообразными, однако все они позволяют понять, как учить современного студента экономике, как развивать его способности, формировать общеучебные умения и навыки.

Специалисты выделяют формы обучения экономическим дисциплинам: групповая, индивидуальная и другие. Методика обучения экономике создала и свои подходы к пониманию типов занятий (например, вводное или повторительно – обобщающее), средств учебной работы (рабочие тетради, хрестоматии видеofilмы и проч. – т. е. того, что помогает учебному процессу и обеспечивает его).

Методика обучения экономике опирается на познавательные возможности студентов, особенности их возрастных, физиологических характеристик организма [35, с.106].

Об эффективности обучения экономическим дисциплинам судят и по достигнутому уровню знаний и умений студентов, а потому в области методики обучения, праву выработан целый механизм диагностирования качества обучения. Методика обучения экономике как наука постоянно совершенствуется. Появляются новые подходы ученых к процессу обучения, уходит в прошлое то, что является не эффективным в практике работы.

В основе любой науки, как правило, находится целая система принципов:

— исходных начал, от которых зависит то, как будет развиваться эта наука дальше, что может дать она нам уже сегодня. Современная методика обучения экономике базируется на следующих принципах:

— вариативности и альтернативности моделей экономического обучения – это значит, что существует много разнообразных подходов в области обучения экономике и они реально существуют в практике (это связано с отсутствием единой, строго обязательной системы экономического образования: в различных регионах сложились свои традиции и особенности экономического обучения, которые, безусловно, основаны на требованиях госстандарта знаний);

— лично–ориентированного подхода, обеспечивающего индивидуализацию и дифференциацию обучения экономике (работа с каждым обучаемым, с опорой на его уровень способностей, возможностей восприятия экономического материала, которая позволяет обеспечить развитие, обучение каждого, кто оказался включенным в образовательный процесс);

— максимальной системы активизации познавательной деятельности студентов с опорой на их социальный опыт (студенты должны научиться самостоятельно добывать знания, активно участвовать в учебной деятельности, а не быть пассивными созерцателями происходящего, принудительно выполняя «наставления» взрослых, педагогов. Для того чтобы правовые понятия лучше запоминались и были ясны, рекомендуется разнообразить теоретические положения науки примерами реальной жизни, в которой студент является участником, — так учитывается его социальный опыт);

— образовании на основе положительных эмоциональных переживаний субъектов процесса обучения в режиме диалогового сотрудничества «преподаватель-студент» (экономическое обучение может быть успешным только на уровне взаимосогласованного, доброго,

уважительного отношения преподавателя и студентов друг к другу);

— выс образования, которая носит многоступенчатый характер (обучение экономики в детском саду, школе, вузе). Это значит, что экономическое обучение должно быть поэтапным: начинаясь в раннем детском возрасте, оно продолжается до старшей ступени в школе, естественно, этим не ограничиваясь;

— внедрении исследовательского компонента в систему взаимосогласованных действий преподавателя и студента (в процессе обучения экономике педагог вместе со своим воспитанником познает экономику, «открывая» новые механизмы его действия, систематизируя, обобщая социально-экономические явления);

— использовании современных методов экономического обучения, в том числе телекоммуникационных технологий, дистанционного экономического обучения и работы в системе Интернет. Новые электронные учебники по экономике, мультимедийные программы требуют иной методики обучения.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов. Учитываются традиционные принципы обучения: доступности и посильности; научности и учета возрастных, индивидуальных возможностей студентов; систематичности и последовательности; прочности; связи теории с практикой; воспитания в обучении [23, с.28].

Таким образом, стоит согласиться с тем, что обучение экономике— это целое искусство, так как никакие теоретические исследования или практические рекомендации никогда не заменят того многообразия методических приемов, которое рождается стихийно—эмпирическим путем у преподавателей. Тем не менее доказано, что максимально результативный опыт создается именно на основе знаний науки, а не вопреки им.

### **1.3. Методика разработки и применения практических заданий в процессе изучения экономических дисциплин в СПО**

Практическое занятие – это вид учебного занятия, который обеспечивает связь теории с профессиональной практикой и содействует выработке умения применять знания, полученные обучающимися на лекции и в процессе самостоятельной работы. Главное в практическом занятии – непосредственная работа обучающегося [7, с.8].

Практические занятия у студентов - экономистов проводятся с целью:

- помочь студентам систематизировать, закрепить и углубить знания;
- показать связь теории с практикой, выработать определенные умения и навыки;
- помочь в развитии навыков работы с научной литературой и нормативно-экономическими актами;
- формировать навыки работы на ЭВМ;
- выработки навыков в решении задач, в производстве расчетов, в разработке и оформлении документов;
- отработки приемов и нормативов.

Ведущей целью практических занятий является формирование практических умений – профессиональных (умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в профессиональной деятельности) или учебных (умений решать задачи по математике, физике и др.), необходимых в последующей учебной деятельности по общепрофессиональным и специальным дисциплинам.

Практические занятия занимают преимущественное место при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин. Содержанием практических занятий является решение разного рода задач, в том числе профессиональных (анализ и решение ситуационных задач, выполнение

профессиональных функций в деловых играх и т.п.), выполнение вычислений, работа с измерительными приборами, оборудованием, аппаратурой, с нормативными документами, составление проектной и другой технической и специальной документации и др.

При разработке содержания практических занятий по экономическим дисциплинам следует учитывать, чтобы в совокупности по учебной дисциплине они охватывали весь круг профессиональных умений, на подготовку к которым ориентирована дисциплина, а в совокупности по всем учебным дисциплинам – охватывали всю профессиональную деятельность, к которой готовится специалист.

На практических занятиях студенты-экономисты овладевают первоначальными профессиональными умениями и навыками, которые закрепляются и совершенствуются в процессе курсового проектирования и преддипломной (профессиональной) практики. Наряду с формированием умений и навыков, в процессе практических занятий обобщаются, систематизируются, углубляются и конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность и готовность использовать их на практике, развиваются интеллектуальные умения [24, с. 134].

Практические занятия могут проводиться методом тренировок, - главным их содержанием является практическая работа каждого слушателя. В целях качественного и полного выполнения каждым студентом установленного объема работ при проведении занятий с использованием ЭВТ, с применением имитационных средств, а также групповых занятий по специальным дисциплинам учебные группы могут делиться на подгруппы по 12-15 человек.

На занятиях по экономическим дисциплинам осуществляется также совершенствование методических навыков в управлении коллективом (учебной группой, расчетом), в выполнении нормативов. Наиболее характерным видом практических занятий является упражнение в решении



ситуационных задач по праву. На них происходит закрепление теоретических положений, развитие их, придание им наглядности и конкретности. Эти занятия должны дать целесообразную методику расчета, о которой до этого слушатель мог и не иметь четкого представления. Немаловажно и привитие навыков в обращении с цифрами, нормативами, работы на ЭВТ.

При разработке содержания и методики проведения этого вида занятий преподаватель должен учитывать следующие требования: комплекс решаемых ситуационных задач по экономике должен охватывать весь пройденный раздел (тему), иллюстрировать основную идею теоретических положений и готовить слушателей к самостоятельному решению ситуационных задач по экономике; занятия проводятся с не более чем одной учебной группой; на занятиях следует использовать необходимые средства обучения (модели, образцы оборудования, справочники и т.п.).

Разработка содержания этого вида занятия начинается с выбора его темы, наиболее полно развивающей лекционный материал, и формулировки его названия, даже если оно в общем виде и сформулировано в программе. Опыт показывает, что тему практического занятия иногда требуется уточнить, расширить или сузить в соответствии с прочитанным материалом на лекциях и степенью подготовленности слушателей. Выбранные для решения задачи должны соответствовать профилю подготовки студентов, побуждать их к сознательному анализу и решению задач и развивать у них инициативу. С этой целью рекомендуется тематику ситуационных задач по праву увязывать с практикой или с тематикой задач, решаемых по другим дисциплинам. При выборе задач необходимо обращать внимание на реальность задач и их исходных данных и учитывать их научную доказательность.

В содержании методической разработки должны быть приведены формулировки и подробное решение всех задач. В выводе решенной задачи необходимо ссылаться на то, что было сформулировано в лекционном

материале. В отдельных случаях в содержание материала (упражнения) могут входить вопросы, которые не были по разным причинам изложены или развиты в лекции и нуждаются в уяснении. Начинать занятие рекомендуется с проверки степени усвоения студентами теоретического (лекционного) материала по теме. С этой целью целесообразно задавать вопросы всей учебной группе, давать небольшое время подумать над ответом и затем спрашивать: «Кто хочет ответить?» По количеству желающих ответить преподаватель может судить о степени их подготовленности к занятию. Из числа желающих ответить, а, иногда (с воспитательной целью), и из числа не желающих отвечать, предоставить возможность ответить на заданный вопрос [24, с. 140].

Необходимыми структурными элементами практического занятия, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также анализ и оценка выполненных работ и степени овладения ими запланированными умениями. Выяснив степень усвоения теоретического материала, проверить наличие у слушателей справочной литературы. Условие задачи целесообразно записывать на доске, а, если оно занимает много места, его можно продиктовать, а на доске записать исходные данные и схемы. Решение задач студентами, как правило, производится самостоятельно. Сверка результатов решения ведется преподавателем по этапам решения задачи.

Сверка результатов решения производится также по этапам. Затем аналогичную ситуационную задачу по экономике обучающиеся решают самостоятельно. Эти методы могут применяться одновременно или раздельно в зависимости от трудности решения задач, целевой установки и состава аудитории. В отдельных случаях допускается проведение показательного решения задачи самим преподавателем. При этом преподаватель должен руководить работой слушателей в ходе занятия. На основании наблюдений и контроля за работой обучающихся преподаватель

указывает им недостатки и места, на которые они должны обратить внимание в последующей самостоятельной работе, отмечая удачные решения. В ходе занятия преподаватель продолжает изучение индивидуальных качеств каждого слушателя (способность, настойчивость, инициативность, самостоятельность в решении задач; склонность к научной работе и др.) и проводит оценку текущей успеваемости. Оформление методической разработки практического занятия, как документа, принципиально не отличается от оформления методической разработки лекции.

Методическая разработка должна включать:

- формулировку целевой установки занятия;
- перечень основных вопросов (задач) и распределение учебного времени; перечень наглядных пособий;
- список рекомендуемой литературы;
- содержание занятия; методические указания преподавателю.

Практические занятия проводятся, как правило, методом индивидуальной или групповой (в составе расчета) тренировки в выполнении учебных задач, упражнений на макетах, тренажерах и учебной технике.

С целью сокращения материальных расходов на практическое обучение студентов целесообразно шире применять для этой цели тренажеры. Тренажеры можно использовать не только на практических занятиях, но и на групповых занятиях по изучению техники. Особенностью методических разработок практических занятий такого вида является наличие в них раздела «действия обучающего и обучающегося», в котором должно быть по элементам расписано, какие команды (сигналы) подает обучающий и что делает обучающийся. Если выполнение учебной задачи регламентируется нормативами, то они должны быть указаны в разработке [25, с. 87].

В разработке также должны быть приведены основные правила по технике безопасности, которые должны выполняться как обучающими, так и

обучающимися. Групповые занятия проводятся в обычной аудитории. При разработке содержания и методики проведения группового занятия необходимо учитывать, что они должны давать обучающимся твердые знания по изучаемым вопросам. Групповое занятие проводится с учебной группой, но, в ряде случаев, для более полного уяснения обучающимися учебных задач и повышения роли их самостоятельности, может быть организовано несколько учебных точек, для чего группа разбивается на несколько подгрупп (по 3-5 чел.), соответствующих числу учебных точек в лаборатории, и занятие организуется по скользящему графику.

С целью привития студентам навыков в решении практических задач, контроля и оценки их знаний слушателям в ходе занятия могут даваться летучки, содержание которых продумывается преподавателем и в методической разработке приводится их полное решение. При составлении методической разработки группового занятия особое внимание требуется уделять организации выполнения требований правил техники безопасности. В качестве обязательного элемента методической разработки должна быть схема организации занятия, на которой должно быть показано: при изучении каких вопросов учебная группа разбивается на подгруппы, сколько их будет, последовательность перехода групп между учебными точками [25. с. 123].

Самостоятельность работы обучающихся при подготовке к практическому занятию по экономическим дисциплинам и на самом занятии обеспечивается наличием задания на практическое занятие для обучающихся, которое может включать тему, цель и задачи занятия (знания и умения, которые обучающийся должен приобрести), перечень вопросов, подлежащих изучению при подготовке к занятию, и др. Следует организовывать занятие так, чтобы обучающиеся ощущали нарастание сложности выполняемых заданий, были заняты поисками правильных и точных решений.

Обучающиеся должны получить возможность раскрыть и проявить свои способности. Поэтому при разработке заданий и плана проведения занятия преподаватель должен учитывать уровень подготовки обучающихся, выступая в роли консультанта и не подавляя их самостоятельности и инициативы. Подготовка преподавателя к проведению практического занятия по экономическим дисциплинам включает: - подбор вопросов, контролирующих знания на понимание обучающимися теоретического материала, который был изложен на лекциях и изучен ими самостоятельно.

Вопросы должны быть расположены в таком логическом порядке, чтобы в результате ответов на них у обучающихся создалась целостная теоретическая основа – костяк предстоящего занятия; выбор материала для примеров и упражнений.

Подбирая задачи, преподаватель должен знать, почему он предлагает данную задачу, а не другую (выбор задачи не должен быть случайным); что из решения задачи должен извлечь обучающийся (предвидеть практический результат решения выбранной задачи); что дает ее решение обучающемуся для овладения темой и дисциплиной в целом;

- решение подобранных задач по праву самим преподавателем (каждая задача, предложенная обучающимся, должна быть предварительно решена);

- подготовку выводов из решенной задачи, примеров из практики, где встречаются задачи подобного вида, разработку итогового выступления;

- распределение времени, отведенного на занятие, на решение каждой задачи;

- подбор иллюстративного материала для решения задач, продумывание расположения записей на доске, а также различного рода демонстраций.

Таким образом, при выборе методики, при разработке содержания практических занятий по экономическим дисциплинам следует учитывать,

чтобы в совокупности по учебной дисциплине они охватывали весь круг профессиональных умений, на подготовку к которым ориентирована дисциплина, а в совокупности по всем учебным дисциплинам – охватывали всю профессиональную деятельность, к которой готовится будущий специалист в области экономики.

### **Выводы по первой главе**

В первой теоретической главе нашего исследования мы выяснили, что практическое занятие – это вид учебного занятия, который обеспечивает связь теории с профессиональной практикой и содействует выработке умения применять знания, полученные обучающимися на лекции и в процессе самостоятельной работы. Главное в практическом занятии – непосредственная работа обучающегося.

При выборе методики, при разработке содержания практических занятий по экономическим дисциплинам следует учитывать, чтобы в совокупности по учебной дисциплине они охватывали весь круг профессиональных умений, на подготовку к которым ориентирована дисциплина, а в совокупности по экономическим дисциплинам – охватывали всю профессиональную деятельность, к которой готовится будущий специалист в области экономики.

В обучении праву рассматриваются вопросы организации конкретных учебных занятий по экономке, диагностики знаний и умений обучаемых, а также научной организации труда преподавателя и студента. Любой профессионал в этой области должен научиться создавать свою методику обучения экономическим дисциплинам (даже если она не будет носить авторский характер и будет сформирована на базе существующих подходов обучения праву, с особыми отличиями, применительно к конкретной аудитории студентов). Общеизвестно, что нельзя повторить ничто

уникальное, а это значит, что нет смысла слепо заимствовать чужой опыт, накопленный годами и обобщенный наукой. В этой связи преподаватель права должен научиться творческому осмыслению предлагаемых вариантов экономического обучения.

Таким образом, использование практических задач позволяет оптимизировать учебный процесс, улучшить освоение значительного объема информации за ограниченный период времени, развить способности принимать ответственные решения, повышает самооценку у студентов.

Практические задания предназначены для углубленного изучения экономических дисциплин. Благодаря их решению идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

## **ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА ПО ПРИМЕНЕНИЮ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫХ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ» В УСЛОВИЯХ ГБПОУ «ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

### **2.1. Анализ применения дифференцированных практических заданий в процессе обучения дисциплине «Маркетинг» в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж»**

Базой исследования послужила образовательная организация в сфере среднего профессионального образования. Полное наименование образовательного учреждения на русском языке: ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».

Главной задачей ГБПОУ «Южно-Уральского государственного колледжа» является создание необходимых условий для удовлетворения потребностей личности в получении профессионального начального и среднего образования, конкретной профессии соответствующего уровня квалификации.

Перечень профессий и специальностей, по которым осуществляется подготовка в ОУ, сроки обучения по каждой из них определяются учебным планом. Все локальные акты ОУ утверждаются его директором.

Колледж – многопрофильное образовательное учреждение, реализующее программы и среднего профессионального образования и профессиональной подготовки, позволяющие получить при завершении соответствующего этапа обучения профессиональную квалификацию. Профессиональное образование в колледже базируется на внедрении прогрессивных разработок в области педагогических технологий на основе федерального государственного стандарта и обеспечивает качество образовательной и специальной подготовки, соответствующее профессиональной квалификации.



Мобильность и гибкость педагогического мышления фиксируют прогрессивные изменения в современном образовании, поэтому педагогический коллектив готов к необходимым трансформациям.

Анализируя состояние педагогической культуры коллектива колледжа, можно сделать следующие выводы:

- гуманитарная позиция преподавателей является условием для создания атмосферы доверия, поддержки и педагогической помощи учащимся в их развитии;
- профессионализм педагогического коллектива, опирающийся на потенциальные возможности в творческом развитии, представляется достаточным для инновационных преобразований;
- гибкость педагогического мышления, присущая основной массе преподавателей колледжа, открывает возможности для совместного творчества обоих субъектов педагогической системы (коллектив студентов и преподавателей);
- эффективность нововведений также зависит и от способности к саморегуляции преподавателей колледжа.

Все эти резервы педагогической культуры позволяют прогнозировать позитивные результаты в концептуализации развития колледжа, в реализации образовательной программы.

Образовательная деятельность как объект исследования выпускной квалификационной работы по программе подготовки специалистов среднего звена на базе государственного профессионального образовательного учреждения по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Таблица 1 - Сроки получения СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в очной форме обучения и присваиваемая квалификация

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ	Наименование квалификации базовой подготовки	Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки в очной форме обучения <1>
среднее общее образование	Менеджер по продажам	1 год 10 месяцев
основное общее образование		2 года 10 месяцев <2>

Для исследования нами была выбрана дисциплина МДК 02.03 «Маркетинг». Учебная дисциплина МДК.02.03 Маркетинг является частью цикла ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности профессионального модуля основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям). Дисциплина МДК.02.03 «Маркетинг» обеспечивает формирование компетенций по виду деятельности ВД 2 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» ФГОС по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основных понятий, категорий, концепций, теорий, существующих в маркетинге, рассматриваются экономические маркетинговые ситуации, понятие и содержание маркетинга, маркетинговых приемов, характеристик маркетингового подхода в коммерческой, производственной, хозяйственной деятельности предприятия.

Утвержденный учебный план специальности предусматривает на освоение программы междисциплинарного курса (МДК) 02.03 «Маркетинг»: максимальная учебная нагрузка: 62 часа, из них 30 часов - лекции, 32 часа – практические занятия.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- сущность, функции маркетинга и направления его использования в условиях рыночной экономики; организацию служб маркетинга на фирмах;
- роль маркетинга в управлении фирмой;
- принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов или ниш;
- о необходимости маркетинговых исследований для информационного обеспечения управления фирмой с целью доведения параметров товара до уровня требований потенциальных покупателей целевого рынка и создания должной степени его конкурентоспособности;
- основные направления в технологии маркетинга как совокупности мер по активному воздействию на рынок, с одной стороны, и приспособлении характеристик товара, ценовой и сбытовой стратегий, рекламной кампании к требованиям к условиям целевого рынка - с другой;
- содержание и структуру маркетинговых программ;
- задачи управления персоналом в связи с маркетинговой деятельностью.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общих и профессиональных компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

ПК 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

На стадии эксперимента мы выясняли исходный уровень применения практических заданий на занятиях по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг».

В период прохождения преддипломной практики в рамках освоения учебного плана специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) нами был проведен опрос среди студентов 2 курса.

В анкетирование приняли участие 25 студентов 2 курса очной формы обучения по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Анкета включает в себя десять вопросов и преследовала ряд целей:

- 1) выяснить отношение студентов к учебной деятельности;
- 2) выявить причины, по которым обучение представляет ценность для студентов;
- 3) определить степень использования практических заданий по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг»;
- 4) выяснить мнение студентов об использовании практических заданий по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг»;

Таблица 2 - Анкета «Применение дифференцированных практических заданий в учебном процессе»

1. ФИО	Варианты ответов
2. Группа	
3. Интересно ли вам учиться?	А) Да Б) Нет
4. Почему вам интересно/не интересно учиться?	Ответ:
5. Какие занятия вам нравятся и почему?	Ответ:
6. Проводили ли с вами практические задания на парах? Если «да», то какие?	А) Да Б) Нет
7. Частота проведения практических заданий .	А) 2 и более раз Б) 1 раз В) 0
8. Вам понравилось работать с практическими заданиями по дисциплине «МДК 02.03 «Маркетинг»;	А) Да Б) Нет
9. Ранжирует ли преподаватель практические задания по уровню сложности?	Ответ: А) Да Б) Нет
10. Вы бы хотели, чтобы практические занятия чаще распределялись по уровню сложности?	А) Да Б) Нет

При анализе ответов на 3 и 4 вопрос анкеты о том, интересно ли вам учиться и почему, выяснилось, что:

- 82% студентов учатся с интересом;
- у 10% опрошенных интереса к учебе нет;
- а 8% отношение к учебе равнодушное.

Наиболее значимыми причинами, по которым интересно учиться названы следующие:

- получение новой информации, новых знаний – 54%;
- для 38 % опрошенных важно общение с друзьями и новыми людьми;
- лишь 14% ответивших свой интерес в обучении связывают с получением специальности;
- 13% респондентов привлекает сам процесс учения;
- по 4% участников опроса отметили, что интерес вызван участием в студенческой жизни и расширением кругозора.

Таким образом, большинству студентов учиться интересно и приобретение знаний – наиболее значимая причина этого интереса. Также профессиональная нацеленность обучающихся свидетельствует об осознанности выбора будущей деятельности.

Среди причин, по которым учиться в колледже не интересно были названы следующие:

- 80% отметили неудовлетворительное качество преподавания – это и плохо оборудованные лаборатории, и большое, на их взгляд, количество ненужных предметов, и неквалифицированные преподаватели;
- для 50% снижение интереса связано с большими трудностями в процессе обучения, сложностью материала и большой загруженностью, особенно во время сессии и модульной недели;
- у 10 % нет желания учиться, это объясняется неправильным выбором специальности или возможностью получить отсрочку от службы в армии.

На 5 вопрос: «Какие занятия вам нравятся и почему?» были получены такие данные:

- 76% ответивших считают самой лучшей формой занятий – практические занятия;

- 13% предпочитают лекции;

- 11% отметили семинарские занятия.

При выполнении практических работ, студентов привлекает возможность самостоятельного исследования, проведения опыта, наблюдение и влияние на изучаемый процесс, приобретение практических навыков (57%). 11% ответивших считают, что лабораторные занятия дают возможность приобрести новые знания, для 8% важна связь лабораторного практикума с будущей специальностью.

Лекции нравятся студентам по следующим причинам:

- получение новых знаний в большом объеме – 35%;

- более легкое и прочное усвоение материала при объяснении преподавателем – 19%;

- возможность ничего не делать и не готовиться к занятиям – 18%;

На семинарских занятиях студенты имеют возможность высказать свое мнение (31%), получить новые знания (17%), для 17% важно общение с товарищами по группе и с преподавателем, а 7% считают, что семинары учат думать.

Полученные данные говорят о том, что основным мотивом в учебной деятельности студентов является познавательный, подчиненный профессиональной подготовке.

Ответы на 6 вопрос анкеты дали представление о степени проведения практические заданий на парах:

- 75% участников опроса вспомнили, что за последний год обучения в колледже участвовали в практических заданиях; В основном студентам запомнились практические задания с использованием ситуационных задач по дисциплине.

- 25% ответивших не имеют опыта участия в таких заданиях (возможно, студенты не вспомнили, что именно относится к практическому занятию, либо из опрошенных респондентов оказалось большинство прогульщиков).

Ответы на 7 вопрос:

- 74% ответили 1 раз;

- 32% ответили 0.

Данные опроса позволяют считать, что в нашем колледже практические методы обучения используются преподавателями крайне редко.

Ответы на 8 вопрос:

- 79 % ответили да;

- 21 % ответили нет.

Большинству студентов нравится работать с практическими заданиями по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг»;

При анализе 9 вопроса: Ранжирует ли преподаватель практические задания по уровню сложности:

-большинство студентов (80%) ответили, что преподавателем не осуществляется распределение заданий по уровню сложности.

На 10 вопрос анкеты, об использовании практических занятий с разным по уровню сложности, ответы распределились следующим образом

-85 % студентов ответили, что хотят, чтобы преподаватели проводили такие занятия и считают, что это будет очень интересно и позволит лучше усваивать учебный материал;

Мы наблюдали за ходом занятий по экономическим дисциплинам в ГБПОУ «ЮУГК» на ПЦК (предметно-цикловой комиссии) Коммерции и Товароведения.

В недостаточной мере в процессе преподавания экономических дисциплин на занятиях с использованием практических заданий, очевидна



низкая заинтересованность студентов. Тогда как использование именно дифференцированных практических заданий могло бы способствовать продуктивной мотивации студентов к учебно-познавательной деятельности.

Исходя из полученных выводов, была предложена специально разработанная анонимная анкета для преподавателей экономических дисциплин, с целью выявления их мнения по поводу эффективности применения дифференцированных практических заданий. Она состояла из трех вопросов с предложенными вариантами ответов.

Анкеты были представлены 5 педагогам экономических дисциплин и ответы на вопросы разделились следующим образом:

1.Используете ли Вы дифференцированные практические задания на практических занятиях ?

А) да –40% (2чел.)

Б) нет –20% (1 чел.)

В) затрудняюсь ответить - 40% (2 чел.)

2. В чем, на Ваш взгляд, заключаются преимущественные стороны применения дифференцированных практических заданий на практических занятиях ?

А)способствуют проявлению индивидуальности обучающихся–40% (2 чел.)

Б) учат продуктивному взаимодействию с одноклассниками–40% (2 чел.)

В) методы не являются эффективными, в силу того, что представляют из себя игру, развлечение, напрямую не связанную с решением задач профессионального обучения –20% (1 чел.)

3.Какой позиции вы придерживаетесь о внедрении дифференцированных практических заданий в учебный процесс:

А) необходимо более активно внедрять в учебно-воспитательный процесс –60% (3чел.)

Б) необходимо исключить – 0% (0 чел.)

В) необходимо проводить в колледже педагогические семинары по ознакомлению преподавателей с инновационными педагогическими технологиями и изучению опыта использования интерактивных методов обучения в колледже –40% (2чел.)

Проанализировав ответы преподавателей ПЦК «Коммерции и товароведения» на вопросы предложенной анкеты можно сделать вывод, что ограниченное число преподавателей дисциплин профессионального компонента на своих занятиях используют дифференцированные задания – 40% (2 человек) из числа опрошенных

Преподаватели, которые внедрили данные дифференцированные практические задания в свою практику, отмечают их преимущества над традиционным методом проведения практических занятий, определяя их как достойную и более эффективную замену традиционному педагогическому воздействию, и стараются популяризировать их в среде педагогов колледжа. Эта группа преподавателей утверждает, что студентам нравятся занятия, проведенные в такой форме и таким образом материал усваивается лучше, но требует от них некоторых усилий.

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о крайне редком использовании преподавателями дифференцированных практических заданий, а именно занятий, которые включают в себя задания разного уровня сложности, также результаты анкетирования говорят нам о готовности и желании студентов к инновационным практическим и активным методам работы.

Мы предлагаем разработать комплекс дифференцированных практических заданий по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг».

## **2.2. Разработка дифференцированных практических заданий по дисциплине «Маркетинг» в ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж»**

Практические занятия - форма учебного занятия, на котором педагог организует детальное рассмотрение студентами отдельных теоретических положений учебной дисциплины МДК 02.03 «Маркетинг» и формирует умения и навыки их практического применения путем выполнения соответствия поставленных задач. В структуре предлагаемых практических занятий доминирует самостоятельная работа с использованием справочно – поисковых систем «Гарант» или «Консультант Плюс».

Предлагаемые практические занятия по разделам дисциплины МДК 02.03 «Маркетинг» имеют важное воспитательное и практическое значение (реализуют дидактический принцип связи теории с практикой) и ориентированы на решение следующих задач:

- углубление, закрепление и конкретизацию знаний в области дисциплины 02.03 «Маркетинг», полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы;
- формирование практических умений и навыков, необходимых в будущей профессиональной деятельности в должности будущего менеджера;
- развитие умений наблюдать и объяснять явления, изучаемые в рамках дисциплины МДК 02.03 «Маркетинг»;
- развития самостоятельности студентов группы.

Для повышения качества обучения, необходимо разработать дифференцированные задания разных уровней (по сложности) по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг» по разделу 1 «Теоретические основы маркетинга»:

Задания базового уровня

– Разработать тестовые задание по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг» для проведения промежуточного контроля усвоения знаний студентами;

– Сформировать перечень рефератов студентов на практических занятиях по изучаемому курсу;

– Разработать комплекс ситуационных задач по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг»;

Задания повышенного уровня сложности:

— Разработать кейс - задание по данной дисциплине и критерии оценки данного задания;

— Разработать тематику эссе и критерии оценки данного задания;

Студентам предлагается выбрать задания с разным уровнем сложности, ниже представлена таблица с определенным перечнем заданий на определенную оценку.

Таблица 5 – Ранжирование практических заданий по уровню сложности по разделу 1 «Теоретические основы маркетинга»: дисциплины дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг»

Оценка	Наименование задания					
	Тест	Составление таблиц и схем	Реферат	Ситуационные задачи	Кейс-задание	Эссе
«3»	+	+	+			
«4»	+	+	+	+	+	
«5»	+	+	+	+	+	+

Разработка тестовых заданий.

Использование тестов в обучении является одним из эффективных и рациональных дополнений к методам проверки знаний, умений и навыков обучающихся.

Тестирование вполне соответствует принципу самостоятельности в работе обучающегося и является одним из средств индивидуализации в учебном процессе.

Тестовую проверку нужно применять в комплексе с другими формами контроля. Лучше всего тестирование проводить после изучения крупных тем (не более пяти - шести раз в год).

Эффективность тестовых проверок высока, поскольку студенты знают, что вариантов много и поэтому списывание проблематично. Кроме того, вопросы охватывает весь изученный материал, и учить приходится все. Это стимулирует студентов, они знают, что в конце больших тем будет тестовая проверка, и заранее к ней готовятся.

Все тематические тесты составлены на основе рекомендованного учебника. Данными тестами можно пользоваться при изучении учебной дисциплины дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг» по учебникам других авторов.

#### Методика тестирования

1. Для проведения тестирования необходимо размножить все варианты теста таким образом, чтобы их хватило на всю группу студентов.
2. Необходимо помнить, что, кроме 20 минут собственно работы с тестом, нужно еще не менее 5 минут на подготовительный этап.
3. Тестирование лучше проводить в конце урока.
4. При тестировании на партах не должно быть ничего лишнего, только ручка и лист бумаги.
5. Обучающийся должен правильно заполнить лист ответа.
6. После того как листы ответов заполнены, обучающимся раздаются тесты. Тесты раздаются таким образом, чтобы у рядом сидящих не было одинаковых вариантов.
7. Получив тест, студент должен проставить на своем листе ответов номер варианта.

В настоящей методической разработке содержатся задания по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг», раздел 1 «Теоретические основы маркетинга».

Тестовые задания предназначены для контроля освоения студентами знаний и умений, предусмотренных рабочей программой.

В методической разработке содержатся тестовые задания разного типа: на выбор одного варианта ответа, задания на установление соответствия, задание на определение верности суждения, задание на запись пропущенного ключевого слова.

Тестовые задания предназначены для студентов, обучающихся по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), а также может быть использовано студентами экономических специальностей и преподавателями (Приложение 1).

Следующим практическим заданием будут ситуационные задачи.

Предлагаемые задачи:

Задача 1: ООО «Supernova» выпустило на местный рынок новую марку парфюмерной продукции высокого качества, по более низким ценам и массовыми партиями, в отличие от основных конкурентов на данном рынке. Через некоторое время выяснилось, что продажи товара выросли в несколько раз, и компании стало труднее удовлетворять растущий спрос вкупе с высокими расходами на производство товара.

Какой тип маркетинга стоит предпринять компании? Какие действия необходимы при этом?

Задача 2: Менеджер пиццерии «МамаМia», к своему глубокому огорчению, был вынужден сообщить владельцу о снижении количества постоянных клиентов заведения, а также о прибавлении новых записей в книге жалоб.

Какое действие можно посоветовать предпринять владельцу пиццерии для выяснения причин сложившейся ситуации?

Задача 3: Придав широкомасштабную огласку преимуществам своего инновационного пассажирского беспилотного летательного модуля «Модуль-1», монополист в данной сфере машиностроения ОАО «Космо-СТАР» принимает решение о начале серийного производства транспортных средств будущего и сбыта уже имеющихся единиц.

Какова стадия жизненного цикла товара? В зависимости от этого, какую стратегию ценовой политики следует выбрать компании?

Задание 4:

Одежда производства компании «Elite» известна тем, что производится с применением только натуральной кожи кенгуру и платинового волокна. В городе находится только один бутик, распространяющий дорогие изделия среди населения по эксклюзивным заказам. Право на заказ имеют только представители бизнес-элит и властных верхушек.

К какому типу можно отнести товары марки «Elite»? Каков тип товарной стратегии, применяемой компанией?

Задача 5: Сеть магазинов мужской одежды и модных аксессуаров «ForMen», широко представлена как в Москве, так и в других городах РФ. Здесь представлен весь ассортимент мужского гардероба: от классического костюма до запонок. Кредо сети «ForMen» – высокое качество. Костюмы изготовлены из лучших итальянских тканей. Компания предлагает разновариантную систему предоставления скидок на постоянной основе: сначала на весь товар предлагается 50% скидка, по прошествии некоторого времени предлагается приобрести два комплекта изделия по цене одного и т.д. Какую концепцию маркетинга реализует компания?

Формирование перечня тематики рефератов.

Цель – оценка самостоятельной творческой исследовательской работы студента по изучению конкретной темы, проблемы. Позволяет оценить способность студента выдвинуть собственную гипотезу, собрать,

проанализировать материал, осуществить самостоятельные наблюдения, обосновать выводы, оформить и представить работу на обсуждение.

Процедура – традиционная форма текущего контроля по отдельным темам, домашнее задание с последующим представлением на обсуждение в аудитории, которое подразумевает вопросы к докладчику, оппонирование и защиту собственного мнения студентов, принимающих участие в обсуждении. Доклад может быть подготовлен с использованием информационных технологий в форме презентаций.

Содержание - Тематика рефератов по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг», раздел 1 «Теоретические основы маркетинга».

1. Комплекс маркетинга. Условия его применения российскими фирмами.
2. Позиционирование товара на рынке.
3. Концепция международного маркетинга.
4. Особенности системы маркетинговых исследований в России.
5. Планирование в системе маркетинга.
6. Жизненный цикл товара.
7. Товарная политика фирмы.
8. Ценовая политика предприятия.
9. Дистрибуция и ее виды.
10. Сбыт товара на разных этапах его жизненного цикла.
11. Методы ценообразования, их применение и его выбор предприятием.
12. Маркетинг и рынок.
13. Бенчмаркетинг.
14. Брендинг и его значение.
15. Покупательское поведение потребителей.
16. Онлайн-маркетинг.
17. Конкурентоспособность товара и организации.



Таблица 6 - Критерии и шкала оценки реферата.

<b>Критерии</b>	<b>Показатели</b>	<b>Баллы</b>
1.Новизна реферированного текста	-актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.	Макс. - 20 баллов
2. Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме реферата (доклада); - соответствие содержания теме и плану; - полнота и глубина раскрытия основных понятий; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.	Макс. - 30 баллов
3. Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования литературных источников по теме; - привлечение новейших работ (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).	Макс. - 20 баллов
4. Соблюдение требований к оформлению	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом; - соблюдение требований к объему работы; - культура оформления: выделение абзацев...; - использование информационных технологий.	Макс. - 15 баллов

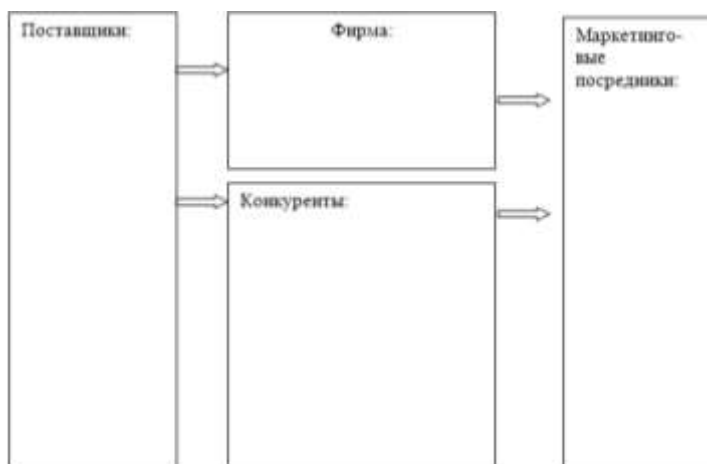
5. Грамотность	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.	Макс. - 15 баллов
----------------	--	-------------------

Практическое задание по разделу 1, которая включает тему: «Понятие спроса и виды маркетинга» заполните, пожалуйста, таблицу по основным видам маркетинга:

Укажите в данной таблице стрелками, представленные варианты состояния спроса и соответствующие им стратегии маркетинга.

Состояние спроса	Соответствующее направление стрелки	Вид маркетинга
Негативный Потенциальный Иррациональный Чрезмерный Неустойчивый Снижающийся Соответствующий Отсутствующий		Конверсионный Противодействующий Поддерживающий Стимулирующий Синхромаркетинг Демаркетинг Ремаркетинг Развивающий

Изобразите в виде рисунка или схемы маркетинговую среду фирмы с обозначением всех основных элементов или факторов



Разработка кейс заданий.

Содержание кейса:

Кейс 1. Два партнера организовали фирму с небольшим штатом работников. Фирма изготавливает стулья обеденного набора, в том числе резные (двух видов), кресла для отдыха, столы (трех видов), а также табуреты садовые, кухонные и для баров. Мебель изготавливается из лучших сортов выдержанного тиса, дуба, красного дерева или других пород на заказ. Отборная древесина и фанера тщательно подобраны друг к другу. Обивка из лучших сортов кожи и ткани ручной работы. Модели созданы ведущими промышленными дизайнерами.

Фирма дает гарантию пятилетнего срока службы за исключением случаев естественного износа, случайного повреждения или преднамеренно неправильного использования изделия. Для поддержания репутации производителя изделий исключительного качества фирма всегда в полной мере выполняет свои гарантийные обязательства.

Изначально узнаваемость бренда фирмы оставалась только на уровне основных торговых точек – несколько магазинов в городе. Сегодня главная цель фирмы – превратить бренд компании в один из самых узнаваемых в России.

Для этого они предприняли:

- 1) переезд в новое большое помещение в дальнем пригороде;
- 2) расширение производства;
- 3) привлечение новых торговых представителей в радиусе 30- 50 км от своего предприятия.

Вопросы и задание к кейсу:

На основе пройденного теоретического материала спланируйте для фирмы распределение ресурсов, скорректируйте ожидания и цели по каждому продукту, товару или производственной линии. Предложите рыночные стратегии роста для новых рынков.

Кейс 2: Вы являетесь производителем какой-либо продукции. Потребитель приобретает ваш товар, и у него складывается определенная реакция на покупку (показана в таблице ниже), развивающаяся по четырем направлениям (единичный позитивный опыт, повторный позитивный опыт, единичный негативный опыт, повторный негативный опыт).

Таблица – Реакция потребителя на покупку и возможные варианты маркетинговых мероприятий производителя

Реакция потребителя	Потребитель		Производитель	
	Реакция	Результат	Маркетинговые мероприятия	Пример товара
Единичный позитивный опыт				
Повторный позитивный опыт				
Единичный негативный опыт				
Повторный негативный опыт				

Вопросы и задание к кейсу:

На основании модели покупательского поведения заполните представленную таблицу, где вы как производитель опишите конкретные маркетинговые мероприятия, с помощью которых вы сможете изменить реакцию потребителя на покупку вашего товара в положительную сторону.

Приведите конкретный пример товара для каждой возможной реакции потребителя при приобретении продукции.

*Примечание:*

Под реакцией понимается удовлетворение или неудовлетворение запросов потребителя в зависимости от полученного опыта при покупке товара.

Под результатом понимается желание сделать повторную покупку или сменить марку товара.

Предлагаемые маркетинговые действия производителя товара могут включать в себя: бесплатные образцы продукции, купоны, активная рекламная кампания, скидки, сервисное обслуживание, замена товара, возврат денег, более качественные аналоги продукции.

Подготавливающий кейс: В роли подготавливающего кейс-задания, как уже отмечалось, должны выступать не только преподаватели, но и сами студенты (один студент или группа студентов).

Наиболее очевидны три варианта: подготавливающий – преподаватель; подготавливающий и преподаватель и студент (студенты), в этом случае преподаватель выступает в роли координатора, студенты активно участвуют в подготовке кейса; подготавливающий – студент (студенты).

Стадии кейса:

- Исследование в библиотеке и в Интернете.
- Изучение подготавливающим кейс информации по данному вопросу
- Анализ собранной информации.

Подготавливающему кейсу следует выделить наиболее важные аспекты проблемы кейса. По каждой секции необходимо определить какую именно информацию следует в нее включить.

Формулировка проблемы кейса для выполняющих.

Обобщенную проблему кейса следует детализировать, и поставить перед выполняющими наиболее важные задачи. В данном случае, например, детализация цели может выглядеть так:

Сформулировать задачи кейса

### Написание кейса.

Вся подготовленная информация должна быть структурирована и представлена выполняющим кейс. Следует обратить внимание на время, которое предположительно должно уйти на работу с кейсом у выполняющих дома и в классе.

### Выполнение кейса.

Рассмотренный кейс рассчитан на следующий объем часов: 6-8 часов домашней работы и 1 час работы на практическом занятии. Но, как уже отмечалось, кейсы могут быть и очень небольшими по объему, касающимися какого-то одного специального вопроса или одной стороны проблемы.

### Заключительный этап.

Дискуссия по проблеме кейса и предложенным путям ее решения. Оценка эффективности кейса, т.е. оценка приобретенных навыков. Оценка работы студентов, подготовивших кейс. Оценка работы студентов, выполнявших кейс (оценка команды и работы в команде). Если требуется – оценка работы координатора. В качестве координатора в ряде случаев также может выступить студент.

Таблица 8 - Критерии и шкала оценки кейс заданий

Оценка	Критерии оценки
Отлично	Демонстрирует полное понимание темы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Задание решено.
Хорошо	Демонстрирует значительное понимание проблемы (темы). Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Задание решено.
Удовлетворительно	Демонстрирует частичное понимание проблемы (темы). Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнено. Задание решено.
Неудовлетворительно	Ответ не соответствует выше приведенным критериям

Напишите, эссе на предложенные темы:

1. Исторические образы в маркетинге территорий;
2. Конкурентные стратегии. Силы, определяющие конкурентные позиции в условиях кризиса;

3. Связь маркетинга и прибыли организации;
4. Ценовые программы лояльности клиентов;
5. Перспективы развития маркетинга в интернет среде;
6. Маркетинговая деятельность компании;
7. Современный маркетинг;

Таким образом, в данном параграфе нами было разработано комплекс дифференцированных заданий для решения на практических занятиях дисциплины МДК 02.03 «Маркетинг», раздел 1 «Теоретические основы маркетинга».

### **Выводы по второй главе**

Практическая часть исследования проходила на базе государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Южно-Уральский государственный колледж».

На стадии эксперимента мы выясняли исходный уровень применения практических заданий на занятиях по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг».

В период прохождения преддипломной практики в рамках освоения учебного плана профильной направленности специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) нами был проведен опрос среди студентов 2 курса.

В анкетирование приняли участие 25 студентов 2 курса по специальности среднего профессионального образования специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Для повышения качества обучения, нами были разработаны дифференцированные задания разных уровней (по сложности) по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг», а именно по разделу 1 «Теоретические основы маркетинга»:

Задания базового уровня

– Тестовые задания по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг» для проведения промежуточного контроля усвоения знаний студентами;

– перечень рефератов студентов на практических занятиях по изучаемому курсу;

– комплекс ситуационных задач по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг»;

Задания повышенного уровня сложности:

— Кейс - задание по данной дисциплине и критерии оценки данного задания;

— Тематика эссе и критерии оценки данного задания;



## Заключение

Методика преподавания экономических дисциплин исследует совокупность взаимосвязанных средств, методов, форм обучения экономическим предметам. Главным отличием данной методики является тесная связь обучения с экономической жизнью общества.

Методическая деятельность преподавателя управленческо-экономических дисциплин в условиях реализации ФГОС включает в себя реализацию мероприятий, направленных на улучшение качества подготовки специалистов, совершенствование учебно-программной документации и учебной литературы, выработку единых норм и требований к оценке знаний и умений обучаемых, создание учебно-методических комплексов (УМК).

В законе об образовании, в практическом применении профессиональных учебных заведений, важную роль играет достижение выпускниками профессиональной компетенции. Так как является основой конкурентоспособности работника.

Структура разработки комплекса практических заданий является одним из важнейших средств, с помощью которых осуществляется руководство учебной деятельностью.

Содержание данного комплекса представляет собой проект, в котором зафиксирована учебно-программная документация, учебная и методическая литература, набор средств обучения, необходимых для полного и качественного изучения всех узловых вопросов программного материала применительно к каждой теме учебной программы.

Значительную часть учебно-методического комплекса составляют средства обучения, которые должен разработать педагог.

Средства обучения - это материальные объекты и предметы естественной природы, а также искусственно созданные человеком, используемые в учебно-воспитательном процессе в качестве носителей

учебной информации и инструмента деятельности педагога и студенты для достижения поставленных целей обучения, воспитания и развития.

Средства обучения являются компонентом учебно-воспитательного процесса, а также важнейшей составляющей учебно-материальной базы учебного заведения.

Будучи компонентом учебного процесса, средства, обучения оказывают большое влияние на все другие его компоненты - цели, содержание, формы и методы.

Ситуационные задания состоят, как правило, из нескольких учебных задач, соответствующих основным разделам конкретного предметного курса.

Разработка и применение дифференцированных практических заданий в учебном процессе направлено на повышение эффективности обучения. Это способствует внедрению прогрессивных форм, методов и средств обучения, оптимизации учебного процесса на основе комплексного, системного целостного подхода к каждому компоненту учебного процесса, к любому виду деятельности преподавателя и обучающегося. Все это способствует развитию творческой активности обучающихся на занятиях. В современных условиях творческий потенциал выпускника должен быть на таком уровне, чтобы молодой специалист мог самостоятельно формулировать и решать проблемы производства и общества, быть готовым к дальнейшему самообразованию.

Практическое занятие – это вид учебного занятия, который обеспечивает связь теории с профессиональной практикой и содействует выработке умения применять знания, полученные обучающимися на лекции и в процессе самостоятельной работы. Главное в практическом занятии – непосредственная работа обучающегося.

Практические занятия проводятся с целью:

– помочь студентам систематизировать, закрепить и углубить знания;

- показать связь теории с практикой, выработать определенные умения и навыки;
- помочь в развитии навыков работы с научной литературой и нормативно-экономическими актами;
- формировать навыки работы на ЭВМ;
- выработки навыков в решении задач, в производстве расчетов, в разработке и оформлении документов;
- отработки приемов и нормативов.

Ведущей целью дифференцированных практических занятий является формирование практических умений – профессиональных (умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в профессиональной деятельности) или учебных (умений решать задачи по математике, физике и др.), необходимых в последующей учебной деятельности по общепрофессиональным и специальным дисциплинам. Практические занятия занимают преимущественное место при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин. Содержанием практических занятий является решение разного рода задач, в том числе профессиональных (анализ и решение ситуационных задач, выполнение профессиональных функций в деловых играх и т.п.), выполнение вычислений, работа с измерительными приборами, оборудованием, аппаратурой, с нормативными документами, составление проектной и другой технической и специальной документации и др.

В первой главе были исследованы теоретические аспекты по применению практических заданий в процессе изучения экономических дисциплин в СПО, изучили структуру и содержание практических заданий в процессе изучения экономических дисциплин в СПО, определили методику разработки и применения практических заданий в процессе изучения экономических дисциплин в СПО.

В первой теоретической главе нашего исследования мы выяснили, что практическое занятие – это вид учебного занятия, который обеспечивает связь теории с профессиональной практикой и содействует выработке умения применять знания, полученные обучающимися на лекции и в процессе самостоятельной работы. Главное в практическом занятии – непосредственная работа обучающегося.

При выборе методики, при разработке содержания практических занятий следует учитывать, чтобы в совокупности по учебной дисциплине они охватывали весь круг профессиональных умений, на подготовку к которым ориентирована дисциплина, а в совокупности по всем учебным дисциплинам – охватывали всю профессиональную деятельность, к которой готовится специалист.

Выяснили, что проблемная ситуация – основной элемент проблемного обучения, с помощью которого пробуждается мысль, познавательная потребность обучающихся, активизируется мышление. А также мы рассмотрели различные варианты постановки и решения проблемы, а именно проблему решает педагог, лекция-беседа, малые группы (альтернативы), малые группы (ваше решение проблемы), «мозговой штурм», генераторы-критики. Данные приемы можно использовать в конце лекции для активизации самостоятельной работы студентов.

Базой исследования послужила образовательная организация в сфере среднего профессионального образования. Полное наименование образовательного учреждения на русском языке: ГБПОУ «Южно-Уральский государственный колледж».

Главной задачей ГБПОУ «Южно-Уральского государственного колледжа» является создание необходимых условий для удовлетворения потребностей личности в получении профессионального начального и среднего образования, конкретной профессии соответствующего уровня квалификации.

Нами было проведено анкетирование, в котором приняли участие 25 студентов 2 курса по специальности среднего профессионального образования специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о крайне редком использовании преподавателями инновационных методов на практических занятиях по экономическим дисциплинам, также результаты анкетирования говорят нам о готовности и желании студентов к инновационным практическим и активным методам работы.

В процессе изучения экономических дисциплин мы разработали комплекс дифференцированных практических занятий по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг», а именно практические задания с разными уровнями сложности у студентов профессиональной образовательной организаций.

Для повышения качества обучения, необходимо разработать дифференцированные задания разных уровней (по сложности) по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг», а именно по разделу 1 «Теоретические основы маркетинга»:

Задания базового уровня:

- Тестовые задания по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг» для проведения промежуточного контроля усвоения знаний студентами;
- Сформирован перечень рефератов студентов на практических занятиях по изучаемому курсу;
- Разработан комплекс ситуационных задач по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг»;

Задания повышенного уровня сложности:

- Разработано кейс - задание по данной дисциплине и критерии оценки данного задания;
- Разработана тематика эссе и критерии оценки данного задания;

Таким образом, применение разработанных дифференцированных практических заданий позволяет оптимизировать процесс освоения и

приобретения навыков работы с нормативными документами, способствует формированию профессиональных компетенций, помогает освоению значительного объема информации за ограниченный период времени, позволяет развить способности принимать ответственные решения, повышает самооценку у студентов.

Цель выпускной квалификационной работы достигнута, задачи реализованы.

### Список использованных источников

1. Аргунова, Т. Г. Комплексное учебно-методическое обеспечение предмета / Т. Г. Аргунова. – М.: НПЦ «Профессионал», 2016.
2. Багдасарян И. С. Формирование профессиональной компетентности современного менеджера / И.С. Багдасарян, Г.Ф. Каячев, Г.В. Дудкина//Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. – 216 с. - ISBN: 978-5-7638-2909-9
3. Базавлуцкая Л. М. Система формирования современного менеджера в образовательном пространстве / Л.М. Базавлуцкая // Монография. –Челябинск: Цицеро, 2017. – 180 с. – ISBN 978-5-91283-899-6.
4. БазавлуцкаяЛ.М. Формирование кадрового потенциала в образовательном пространстве / Л.М. Базавлуцкая, Е.А. Гнатышина, Д.Н. Корнеев, Н.Ю Корнеева // Монография. – Челябинск: Библиотека А. Миллера, 2019. – 312 с. – ISBN 978-5-93162-165-4
5. Беляков Д. А. Инновационные методы преподавания экономических дисциплин на примере проблемы изучения сделки о продаже Аляски. / Д. А. Беляков, Н. И. Биюшкина // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2015. – 7 (2), – 102-105.
6. Бургат В. В. Деловая игра как метод активного обучения / В.В. Бургат //СТЭЖ. – 2015. – № 1 (19).
7. Бурнашев Г. А. Проблемы правового воспитания на современном этапе / Г.А. Бурнашев // Молодой ученый. – 2018. – №48. – С. 117-120.
8. Бурнашев Г. А. Формирование правовой культуры в Российской Федерации / Г.А. Бурнашев // Молодой ученый. – 2018. – № 48.
9. Василькова Н. А. Методика профессионального обучения. Часть 1 / Н.А. Василькова // Конспект лекций для обучающихся направлению Профессиональное обучение (ИиВТ). – Челябинск: Изд-во ЮУрГГПУ, 2017. – 107 с

10. Василькова Н. А. Методика профессионального обучения. Часть 2 / Н.А. Василькова // Конспект лекций для обучающихся направлению - Профессиональное обучение (ИиВТ). - Часть II – Челябинск: Изд-во ЮУрГГПУ, 2017. – 80 с.

11. Василькова Н. А. Учебно-методическое обеспечение преподавания раздела «Анализ и проектирование целей в процессе теоретического и производственного обучения». / Н.А. Василькова // Учебно-методическое пособие. – Челябинск: Изд-во ЮУрГГПУ, 2018. – 22 с.

12. Василькова Н. А. Учебно-методическое обеспечение преподавания раздела «Методика осуществления контроля процесса и результатов обучения» / Н.А. Василькова // Учебно-методическое пособие – Челябинск: Изд-во ЮУрГГПУ, 2018. – 39 с.

13. Воробьева С. В. Организационно-методологический аспект модернизации правового образования / С.В. Воробьева // Вестник ТГУ.– 2015. – №3.

14. Втюрина Г. В. Организационно-методическое обеспечение подготовки специалистов новых квалификаций в колледже. / Г.В. Втюрина, Т.М. Резер // Учебное пособие – Екатеринбург: Российский государственный профессионально-педагогический университет (РГППУ), 200. – 2016 с.– ISBN-5-8050-1193-4.

16. Ганаева Е. Э. Правовое воспитание подростков как средство коррекции девиантного поведения / Е.Э. Ганаева // Молодой ученый. — 2014. —№ 20. — С. 467-469.

17. Герасимов С. А. Общая и профессиональная педагогика / С.А. Герасимов И.З., Сковородкина // Учебник. — Архангельск: Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, 2015. – 553 с. – ISBN 978-5-261-00925-2.



18. Гончарова Е. В. Теория и методика педагогического исследования / Е.В. Гончарова, И.С. Телегина // Учебное пособие. — Нижневартовск: Изд-во НВГУ, 2016. – 220 с.
19. Гуревич Ю. Г. Оптимизация познавательной деятельности студентов на учебных занятиях / Ю.Г. Гуревич // Монография. – Изд. 2-е испр. и доп. – Курган: Изд-во Курганского гос. университета, 2016. – 142 с.
20. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4х томах. Т. 1. / В.И. Даль. // – М.: Русский язык – Медиа, 2015.
21. Евплова Е. В. Методика преподавания экономических дисциплин. / Е.В.Евплова, Е.В. Гнатышина // учебно-методическое пособие. Челябинск:– 2015. – с. 44
22. Евплова Е. В. Дидактика профессионального образования: специфика преподавания юридических дисциплин в системе СПО / Е.В. Евплова, В.Р. Якупов // Челябинск: – 2018. — 87 с.
23. Егоров В. Е. Правовое образование в неюридическом вузе / В.Е. Егоров // Монография. – Псков: Изд-во АНО «Логос», 2018. – 260 с.
24. Ермакова Т. И. Проведение занятий с применением интерактивных форм и методов обучения / Т.И. Ермакова, Е.Г. Ивашкин // Учебное пособие. – Нижегород. гос. техн. ун-т им. Р.Е. Алексеева. – Нижний Новгород: – 2015. – 158 с.
25. Жданко Т. А. Вариативность разноуровневого образования: стратегии реализации / Т.А. Жданко // Иркутск: ФГБОУ ВПО "ИГЛУ", 2016 – 171 с. – ISBN 978-5-88267-392-4
26. Железовская Г. И., Традиции и инновации в преподавании юридических дисциплин / Г.И. Железовская, В.С. Хижняк // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2018. – № 1.
27. Жукова Г. С. Технологии профессионально-ориентированного обучения / Г.С. Жукова, Н.И. Никитина, Е.В. Комарова // М.: РГСУ, 2014. – 165 с.

28. Жураев И. У. Содержание и методика преподавания предмета «Трудовое право» / И.У. Жураев // Научные исследования. – 2016. – №2 (3).

29. Костина К. А. Правовая культура в сфере правового регулирования: понятие и сущность / К.А. Костина // Вестник Тамбовского университета. Сер. Гуманитарные науки. — 2015. — №2 9. — С. 388-392.

30. Котова С. С. Самостоятельная работа студентов: проектный подход /С.С. Котова, И.И. Хасанова // Екатеринбург: Российский государственный профессионально-педагогический университет (РГППУ), 2018. – 194 с. – ISBN 978-5-8050-0652-5.

31. Кравченко И. А. Правовая культура участников финансовых правоотношений / И.А. Кравченко, А. В. Бастен // Вопросы российского и международного права. — 2016. — № 9. — С. 127-136.

32. Кропанева Е. М. Теория и методика обучения праву / Е.М. Кропанева // Учебное пособие. – Екатеринбург: РГППУ, 2015. – 188 с.

33. Кручай Е. В. Менеджмент качества в системе профессионального образования / Е.В. Кручай, О.Б. Нестеренко // Хабаровск: Дальневосточный государственный гуманитарный университет (ДВГГУ), 2015. – 110 с.

34. Магомедов А. Ш. Правовое обеспечение профессиональной деятельности / А.Ш. Магомедов // Курс лекций. – Махачкала: ДГУНХ, 2017. – 124 с.

35. Махотин Д. А. Метод анализа конкретных ситуаций (кейсов) как педагогическая технология / Д.А. Махотин // Вестник РМАТ. – 2014. –№1.

36. Напалкова М. В. Деловая игра как активный метод обучения / М.В. Напалкова // ИТС. – 2015. – № 2

37. Педагогика: учеб. пособие для студентов пед. вузов и пед. колледжей / Под. ред. П. И. Пидкасистого. – М., 2015. – 640 с.

38. Петрова Е. В. К вопросу о методике преподавания юридических дисциплин / Е.В. Петрова // Вестник науки и образования. – 2015. – № 3 (5).

39. Разуваева И. С. Роль курса «Правовое обеспечение профессиональной деятельности» в формировании компетенций специалиста в сфере технологии продуктов общественного питания / И.С. Разуваева, Н.В. Молоткова // Научные исследования в образовании. – 2016. – № 5.

40. Ронжина Н. В. Основы профессиональной педагогики / Н.В. Ронжина, С.В. Васильев // Учебное пособие. – Екатеринбург: Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2017.– 83 с. – ISBN 978-5-8050-0616

41. Сидорова Ю. В. Формирование общих и профессиональных компетенций студентов в учреждении среднего профессионального образования / Ю.В. Сидорова // Педагогическое образование в России. – 2016.–№6

42. Тациян И. Н. Использование кейс-метода в практике профессионального обучения / И.Н. Тациян // Образование. Карьера. Общество. – 2015. – №2 (41)

43. Тациян И. Н. Роль экономических дисциплин в формировании

патриотических чувств и гражданского сознания / И.Н. Тациян // Образование. Карьера. Общество. – 2015. – №4 (47).

44. Филиппева С. В. Установление уровней сформированности общих и профессиональных компетенций обучающихся учреждений начального и среднего профессионального образования в соответствии с ФГОС нового поколения / С.В. Филиппева, Л. А. Богданова, Н. Г. Пастор //Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2015. – № 1 (9).

45. Чугина Ю. С. Тренинговые технологии в обучении специалистов сферы общественного питания / Ю.С. Чугина // Профессиональное образование и рынок труда. – 2016. – № 9-10.

**Тест по дисциплине МДК 02.03 «Маркетинг»**

**Раздел 1 «Теоретические основы маркетинга»**

Уважаемые студенты, выберите один правильный вариант ответа

**В-1.**

1. Конечной целью маркетинга является:
  - а) максимизация прибыли;
  - б) производство товаров новинок;
  - в) стимулирование продаж.
2. Цели деятельности фирм и цели маркетинга:
  - а) совершенно идентичны;
  - б) тесно взаимосвязаны;
  - в) совершенно не связаны.
3. Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена - это
  - а) торговля;
  - б) менеджмент;
  - в) маркетинг.
4. Все, что может удовлетворить нужду:
  - а) потребность;
  - б) товар;
  - в) запрос.
5. Служащий компании, занимающийся анализом, планированием, претворением в жизнь намеченного функциями контроля - это
  - а) менеджер;
  - б) торговый агент;
  - в) управляющий по маркетингу.
6. Набором поддающихся контролю переменных факторов маркетинга называется:
  - а) комплекс маркетинга;
  - б) выборка;
  - в) маркетинговая информация.
7. Всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара - это
  - а) методы стимулирования;
  - б) реклама;
  - в) пропаганда.
8. Постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенная для сбора информации - это
  - а) система маркетинговых исследований;
  - б) система маркетинговой информации;
  - в) рынок.
9. Набором совершенных методов анализа маркетинговых данных и проблем маркетинга называется:
  - а) наблюдение;
  - б) эксперимент;
  - в) система анализа маркетинговой информации.
10. Самым распространенным орудием исследования при сборе первичных данных называется:

- а) анкета;
  - б) опрос;
  - в) интервьюирование.
11. Любая группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации или оказывает влияние на ее способность достигать поставленных целей - это
- а) поставщики;
  - б) контактная аудитория;
  - в) посредники.
12. Производством нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных для всех покупателей, но рассчитанных на разные вкусы называется:
- а) продукто - дифференцированный маркетинг;
  - б) массовый маркетинг;
  - в) целевой маркетинг.
13. Плановое воздействие на событие - это
- а) наблюдение;
  - б) опрос;
  - в) эксперимент.
14. Материальные изделия, которые выдерживают обычно многократное использование - это
- а) товары кратковременного использования;
  - б) недвижимость;
  - в) товары длительного использования.
15. Товары, которые потребитель перед покупкой, как правило, сравнивает между собой по показателям пригодности, качества, цены и внешнего оформления - это
- а) товары повседневного спроса;
  - б) товары предварительного выбора;
  - в) услуги.
16. Часть марки, которую можно опознать, но невозможно произнести - это
- а) товарный знак;
  - б) марочный знак;
  - в) марка.
17. Товар с определенным набором свойств, предлагаемый на продажу - это
- а) товар в реальном исполнении;
  - б) товар по замыслу;
  - в) товар с подкреплением.
18. Процесс развития продаж товара и получения прибылей, состоящий из четырех этапов - это
- а) товародвижение;
  - б) стимулирование сбыта;
  - в) жизненный цикл товара.
19. Денежная сумма, взимаемая за конкретный товар - это
- а) цена;
  - б) себестоимость;
  - в) стоимость.
20. Посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному покупателю называется:
- а) розничный продавец;
  - б) уровень канала распределения;
  - в) оптовый продавец.
21. Неличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу или деловую организационную единицу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены, называется:
- а) личные продажи;
  - б) реклама;
  - в) пропаганда.
22. Средства, вложенные в разработку товара, могут окупаться на этапе:
- а) выведения на рынок;

б) зрелости;

в) роста.

23. Любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг от имени известного спонсора - это

а) реклама;

б) пропаганда;

в) личные продажи.

24. Розничное заведение, предлагающее узкий товарный ассортимент значительной глубины - это

а) специализированный магазин;

б) торговый центр;

в) склад-магазин.

25. Сравнительно стабильные группы в рамках общества, располагающиеся в иерархическом порядке и характеризующиеся наличием у их членов схожих ценностных представлений, интересов и поведения - это

а) образ жизни;

б) общественные классы;

в) референтная группа.