Министерство образования Российской Федерации
Институт проблем развития среднего профессионального образования

УТВЕРЖДЕН
Минобразованием России
08 февраля 2002 г.
Регистрационный № 04-0607-Б

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ
к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников
по специальности
0607 Маркетинг (по отраслям)
(базовый уровень среднего профессионального образования)

Квалификация – маркетолог

Вводится в действие с 1 сентября 2002 г.

Москва – 2002

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ. Государственные требования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности *0607 Маркетинг* (базовый уровень среднего профессионального образования). – М.: ИПР СПО, 2002. 36 с.

© Институт проблем развития среднего профессионального образования, 2002

1. Общая характеристика специальности 0607 Маркетинг (по отраслям)

1.1. Специальность 0607 Маркетинг (по отраслям) утверждена приказом Министерства образования Российской Федерации от 2 июля 2001 г. № 2572 «Об утверждении государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования – Классификатора специальностей среднего профессионального образования».

1.2. Формы освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям):
очная,
очно-заочная (вечерняя),
заочная,
экстернат.

1.3. Нормативный срок освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности при очной форме обучения, образовательная база приема.

Нормативный срок освоения основной профессиональной образовательной программы при очной форме обучения:
на базе среднего (полного) общего образования – 1 год 10 месяцев;
на базе основного общего образования – 2 года 10 месяцев[1].

Абитуриент при поступлении должен иметь один из документов:
- аттестат о среднем (полном) общем образовании;
- аттестат об основном общем образовании;
- диплом о начальном профессиональном образовании с указанием о полученном уровне общего образования и оценками по дисциплинам Базисного учебного

[1] Образовательные учреждения, осуществляющие подготовку специалистов на базе основного общего образования, реализуют основную образовательную программу среднего (полного) общего образования с учетом профиля получаемого среднего профессионального образования.

плана общеобразовательных учреждений;

- документ об образовании более высокого уровня.

1.4. Квалификация выпускника – маркетолог.

1.5. Квалификационная характеристика выпускника.

Выпускник должен быть готов к профессиональной деятельности по разработке маркетинговых мероприятий по выпуску, сбыту товаров и оказанию услуг, конкурентных на целевом рынке, в качестве маркетолога в различных организациях (предприятиях) независимо от их организационно-правовых форм.

Основные виды деятельности маркетолога:

аналитическая – проведение маркетинговых исследований товарных рынков; сегментирование рынков по определенным критериям и выбор наиболее перспективных целевых рынков; установление реальных и прогнозируемых потребностей на целевом рынке; изучение поведения потребителей и способов воздействия на него; выявление требований потребителей к характеристикам товаров и услуг; анализ окружающей среды маркетинга; сбор, анализ и оценка маркетинговой информации; анализ этапов жизненного цикла товаров и услуг для разработки маркетинговых мероприятий; позиционирование товаров;

производственно-сбытовая – разработка товарной политики организации; обеспечение и проведение мероприятий по товарной политике; оценка и выбор каналов распределения, организация системы товародвижения и продаж; участие в выборе стратегии ценообразования; подготовка предложений по формированию товарного ассортимента; поиск и разработка идей по созданию нового товара; участие в разработке рекомендаций по организации производства новых товаров;

организационно-управленческая – разработка и экономическое обоснование оперативных и стратегических планов организации на внутреннем и внешнем рынках; реализация управленческих решений по маркетингу; составление плана маркетинга организации, бюджета маркетинга и осуществление контроля за их исполнением; координация работы службы маркетинга с деятельностью других служб организации; оценка и обеспечение конкурентоспособности товаров и услуг; осуществление рекламной деятельности; подготовка информации для руководства организации о состоянии и тенденциях рынка.

Выпускник должен уметь: собирать, классифицировать, анализировать и использовать маркетинговую информацию; разрабатывать план проведения маркетинговых исследований и осуществлять его; анализировать данные внутренней отчетности организации и использовать их для разработки маркетинговых мероприятий; изучать и прогнозировать спрос; разрабатывать товарную политику организации; применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта; выбирать

каналы распределения; анализировать рыночную ситуацию; выбирать методы и стратегии ценообразования; пользоваться нормативно-правовыми документами; использовать информационные технологии для решения маркетинговых задач.

Выпускник должен знать: рыночные механизмы хозяйствования организации, экономику, организацию труда и управления; роль маркетинга в обществе и организации; нормативно-правовую базу маркетинговой службы; объекты, средства, методы, стратегию маркетинговой деятельности; основополагающие характеристики товаров и услуг; формы и методы составления отчетной документации по планированию, ведению и контролю за результатами маркетинговой деятельности; прикладные программы сбора и анализа маркетинговой информации.

1.6. Возможности продолжения образования выпускника.

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу среднего профессионального образования по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям), подготовлен:

- к освоению основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования повышенного уровня;
- к освоению основной профессиональной образовательной программы высшего профессионального образования;
- к освоению основной профессиональной образовательной программы высшего профессионального образования по специальности 061500 Маркетинг в сокращенные сроки.

2. Требования к уровню подготовки выпускника по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям)

2.1. Общие требования к образованности выпускника

Выпускник должен:

- понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;
- иметь представление о современном мире как духовной, культурной, интеллектуальной и экологической целостности; осознавать себя и свое место в современном обществе;
- знать основы Конституции Российской Федерации, этические и правовые нормы, регулирующие отношения человека к человеку, обществу и природе; уметь учитывать их при решении профессиональных задач;
- обладать экологической, правовой, информационной и коммуникативной культурой, элементарными умениями общения на иностранном языке;

– обладать широким кругозором; быть способным к осмыслению жизненных явлений, к самостоятельному поиску истины, к критическому восприятию противоречивых идей;
– быть способным к системному действию в профессиональной ситуации; к анализу и проектированию своей деятельности, самостоятельным действиям в условиях неопределенности;
– быть готовым к проявлению ответственности за выполняемую работу, способным самостоятельно и эффективно решать проблемы в области профессиональной деятельности;
– быть способным к практической деятельности по решению профессиональных задач в организациях различных организационно-правовых форм; владеть профессиональной лексикой;
– быть способным научно организовать свой труд, готовым к применению компьютерной техники в сфере профессиональной деятельности;
– быть готовым к позитивному взаимодействию и сотрудничеству с коллегами;
– быть готовым к постоянному профессиональному росту, приобретению новых знаний;
– обладать устойчивым стремлением к самосовершенствованию (самопознанию, самоконтролю, самооценке, саморегуляции и саморазвитию); стремиться к творческой самореализации;
– знать основы предпринимательской деятельности и особенности предпринимательства в профессиональной сфере;
– иметь научное представление о здоровом образе жизни, владеть умениями и навыками физического совершенствования.

2.2. Требования к уровню подготовки выпускника по дисциплинам

По общим гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам выпускник должен

в области философии:
– иметь представление о философских, научных и религиозных картинах мира, смысле жизни человека, формах человеческого сознания и особенностях его проявления в современном обществе, о соотношении духовных и материальных ценностей, их роли в жизнедеятельности человека, общества, цивилизации;
– иметь представление об условиях формирования личности, свободе и ответственности за сохранение жизни, культуры, окружающей природной среды;
– иметь представление о роли науки, научного познания и его структуре, формах и методах, социальных и этических проблемах, связанных с развитием и использованием достижений науки, техники и технологии;

в области права:
– знать основные положения Конституции Российской Федерации;
– иметь представление об основных отраслях права Российской Федерации;
– знать права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации;
– уметь использовать необходимые нормативно-правовые документы;

в области русского языка и культуры речи:
– знать различия между языком и речью, функции языка как средства формирования и трансляции мысли;
– знать нормы русского литературного языка, специфику устной и письменной речи, правила продуцирования текстов разных деловых жанров;
– уметь строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами;
– уметь анализировать свою речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в своей устной и письменной речи;
– уметь пользоваться словарями русского языка;

в области иностранного языка:
– владеть лексическим (1200-1400 лексических единиц) и грамматическим минимумом, необходимым для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности;
– обладать элементарными умениями общения на иностранном языке;

в области физической культуры:
– иметь представление о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; знать основы здорового образа жизни;
– уметь использовать физкультурно-спортивную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей, самоопределения в физической культуре;

в области социальной психологии:[1]
– знать закономерности общения, социально-психологические феномены группы и общества, пути социальной адаптации личности;
– уметь пользоваться простейшими приемами саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;

[1] Требования к уровню подготовки выпускника по дисциплинам в области социальной психологии, этики, социологии и политологии являются обязательными для выполнения только в случае освоения соответствующих дисциплин.

в области этики:

- иметь представление об основных категориях этики;
- знать основные понятия и принципы этики; моральные нормы и принципы взаимоотношений; понятия долга и ответственности;
- уметь поддерживать деловую репутацию;

в области социологии и политологии:

- иметь представление о социологическом подходе в понимании закономерностей функционирования и развития общества и личности;
- иметь представление о социальной структуре, социальной мобильности, социальном взаимодействии и об основных социальных институтах общества;
- иметь представление о социальных движениях и других факторах социального изменения и развития;
- иметь представление о сущности власти, субъектах политики, политических отношениях и процессах (в России и в мире в целом).

По математическим и общим естественнонаучным дисциплинам
выпускник должен

в области математики:

- иметь представление о роли и месте математики в современном мире, общности ее понятий и представлений;
- знать и уметь использовать математические методы при решении прикладных задач;

в области информатики:

- иметь представление об основных этапах решения задач с помощью ЭВМ, методах и средствах сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации;
- иметь представление о программном и аппаратном обеспечении вычислительной техники, о компьютерных сетях и сетевых технологиях обработки информации, о методах защиты информации;
- знать основные понятия автоматизированной обработки информации, знать общий состав и структуру персональных ЭВМ и вычислительных систем;
- знать базовые системные программные продукты и пакеты прикладных программ;
- уметь использовать изученные прикладные программные средства;

в области экологических основ природопользования:

- иметь представление о взаимосвязи организмов и среды обитания;
- иметь представление об условиях устойчивого состояния экосистем и причинах возникновения экологического кризиса;
- иметь представление о природных ресурсах России и мониторинге окружающей среды;

- иметь представление об экологических принципах рационального природопользования.

По общепрофессиональным дисциплинам
выпускник должен

иметь представление:

- о закономерностях функционирования рыночных механизмов на микро- и макроуровнях и методах государственного регулирования экономики;
- об основных аспектах развития отрасли, организации (предприятия) как хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- о производственной структуре организации (предприятия), видах выпускаемой продукции или оказываемых услугах;
- о характерных чертах современного менеджмента;
- об общих правилах и принципах статистических исследований и наблюдений;
- о принципах и функциях маркетинга;
- о финансовой и банковской системах Российской Федерации;
- об организации производства на предприятиях отрасли;
- о хозяйственном учете и его видах, формах учета, учетных регистрах;
- о прогнозах потребительского рынка;

знать:

- общие положения экономической теории;
- основные микро- и макроэкономические категории и показатели, методы их расчета;
- состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации, показатели их эффективного использования, вопросы экономии ресурсов, энергосберегающие технологии;
- механизмы и стратегию ценообразования, формы оплаты труда;
- методику бизнес-планирования;
- основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- цикл менеджмента;
- формы делового и управленческого общения в коллективе;
- процесс принятия и реализации управленческих решений, информационное обеспечение менеджмента;
- экономико-статистические методы обработки учетно-экономической информации;
- товарную политику организации;
- стратегию маркетинга;
- маркетинговую классификацию товаров и услуг;
- систему документационного обеспечения управления (ДОУ);

– основы денежно-кредитной, налоговой, социальной, инвестиционной и антиинфляционной политики государства;
– технологию производства выпускаемой продукции, выполняемых работ (услуг);
– производственную инфраструктуру;
– основы логистики организации;
– предмет и метод бухгалтерского учета;
– счета бухгалтерского учета;
– нормативные документы по организации учета и отчетности в организации;
– методы товароведения;
– характеристики товаров и услуг, их свойства и показатели;
– факторы, влияющие на формирование и сохранение этих характеристик;
– требования к товарной информации;
– структурные элементы метрологии, стандартизации и сертификации;
– правила проведения сертификации товаров и услуг;

уметь:
– ориентироваться в вопросах экономической теории в современных условиях;
– рассчитывать по принятой методологии основные экономические показатели деятельности организации;
– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
– управлять конфликтами и стрессами в процессе профессиональной деятельности;
– использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач;
– учитывать отраслевые особенности в осуществлении маркетинговой деятельности в организации;
– оформлять документацию в соответствии с требованиями ДОУ, используя электронные системы документооборота;
– находить оптимальный вариант инвестиций;
– работать с финансовыми документами;
– определять проблемы и формулировать цели маркетинговой деятельности;
– использовать данные бухгалтерского учета и отчетности в практической деятельности;
– определять качественные и количественные характеристики товаров и услуг;
– рассчитывать показатели ассортимента;
– работать со стандартами, осуществлять контроль за соблюдением требований нормативных документов;
– работать с компьютерной техникой в режиме пользователя;

в области правового регулирования хозяйственной деятельности:

– иметь представление о правовом положении субъектов правоотношений в сфере профессиональной деятельности (включая предпринимательскую деятельность);
– знать права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности;
– знать основные законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности;
– уметь защищать свои права в соответствии с трудовым законодательством;

в области безопасности жизнедеятельности:
– знать принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях;
– уметь организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;
– знать основы военной службы и обороны государства;
– иметь представление о медицинских знаниях.

По специальным дисциплинам
выпускник должен

иметь представление:
– о перспективах развития зарубежной и отечественной практики рыночного хозяйствования для формирования и развития маркетинговой деятельности;

знать:
– законодательные акты, нормативные документы по маркетингу;
– организационные структуры управления маркетингом;
– методику планирования всех видов маркетинговой деятельности, оценки и обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг;
– порядок оформления коммерческих сделок, заключения договоров поставки товаров и услуг;
– уровни товаров, этапы жизненного цикла;
– основополагающие характеристики товаров, их свойства и показатели;
– этапы и операции маркетинговых исследований;
– методику сбора маркетинговой информации, ее анализ и оценку;
– особенности поведения потребителей на рынке;
– средства продвижения товаров на внутренний и внешний рынки;
– таможенное обслуживание внешнеэкономических связей;
– технические средства сбора и обработки информации;
– компьютерные технологии и операционные системы;

уметь:

- оформлять коммерческие сделки, заключать договоры поставок товаров и услуг, заполнять необходимую документацию;
- разрабатывать предложения по совершенствованию товарной политики организаций;
- анализировать состояние рынка товаров и услуг;
- проводить маркетинговые исследования;
- оценивать и обеспечивать конкурентоспособность товаров и услуг;
- анализировать окружающую среду маркетинга и поведение потребителей;
- защищать права потребителей;
- работать по внешнеторговым контрактам;
- использовать современные информационные технологии в управлении маркетингом.

2.3. Требования к уровню подготовки выпускника по производственной (профессиональной) практике

В процессе производственной (профессиональной) практики студент должен закрепить и углубить знания, полученные в процессе обучения, приобрести умения по всем видам профессиональной деятельности.

2.4. Требования к выпускнику по итогам освоения основной профессиональной образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям) выпускник должен быть готов к выполнению аналитической, производственно-сбытовой и организационно-управленческой деятельности в соответствии с квалификационной характеристикой.

3. Требования к минимуму содержания основной профессиональной образовательной программы по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям)

Индекс	Наименование циклов, дисциплин, основные дидактические единицы	Всего часов максим. учебной нагрузки студента	В т.ч. часов обязат. учебных занятий
1	2	3	4
ТО.Ф	**Теоретическое обучение – дисциплины федерального компонента**	**2750**	**2117**

ОГСЭ.00	**Общие гуманитарные и социально-экономические дисциплины** [2]	**744**	**496**
ОГСЭ.01	*Основы философии:* предмет философии, основные вехи мировой философской мысли; природа человека и смысл его существования: человек и бог; человек и космос; человек, общество, цивилизация, культура; свобода и ответственность личности; человеческое познание и деятельность; наука и ее роль; человечество перед лицом глобальных проблем		44
ОГСЭ.02	*Основы права:* право: понятие, система, источники; Конституция Российской Федерации – ядро правовой системы; Всеобщая декларация прав человека; личность, право, правовое государство; юридическая ответственность и ее виды; основные отрасли права: государственное, административное, гражданское, трудовое, семейное, уголовное; судебная система Российской Федерации; правоохранительные органы		32
ОГСЭ.03	*Русский язык и культура речи:* основные составляющие русского языка; язык и речь; специфика письменной и устной речи; понятие культуры речи; понятие о нормах русского литературного языка; виды норм; функциональные стили речи; специфика и жанры каждого стиля; лексика; использование в речи изобразительно-выразительных средств; лексические нормы; фразеология; типы фразеологических единиц; их использование в речи; лексикография; основные типы словарей; фонетика; основные фонетические единицы; фонетические средства языковой выразительности; орфоэпия; орфоэпические нормы русского ли-		56

[2] Цикл ОГСЭ включает в себя дисциплины ОГСЭ.01– ОГСЭ.05 в качестве обязательных дисциплин, дисциплины ОГСЭ.06 –ОГСЭ.08 – в качестве дисциплин, устанавливаемых по усмотрению образовательного учреждения. Время, отведенное на дисциплины ОГСЭ.06 –ОГСЭ.08, составляет 48 часов.

	тературного языка; понятие о фонеме; графика; позиционный принцип русской графики; орфография; принципы русской орфографии; морфемика; словообразовательные нормы; морфология, грамматические категории и способы их выражения в современном русском языке; морфологические нормы; синтаксис; основные единицы синтаксиса; русская пунктуация; лингвистика текста		
ОГСЭ.04	*Иностранный язык:* основы общения на иностранном языке: фонетика, лексика, фразеология, грамматика; основы делового языка по специальности; профессиональная лексика, фразеологические обороты и термины; техника перевода (со словарем) профессионально-ориентированных текстов; профессиональное общение		126
ОГСЭ.05	*Физическая культура:* роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; социально-биологические и психофизиологические основы физической культуры; основы физического и спортивного самосовершенствования; профессионально – прикладная физическая подготовка		126
ОГСЭ.06	*Социальная психология:* социальная психология как наука, ее предмет и методы; типология и социально-психологические характеристики личности; социализация личности; межличностные отношения; психология общения: содержание, цели и средства общения, техника и приемы организации коммуникаций; группа как социально-психологический феномен: виды групп, групповая динамика и лидерство в группе, проблема эффективности групповой деятельности; природа конфликтов и пути их разрешения; человек и труд; человек как субъект труда; мотивы трудовой деятельности; психология профессий		

ОГСЭ.07	*Основы этики:* предмет и значение этики как философской дисциплины; история этических учений; основные понятия и принципы этики; сущность, функции и структура нравственности; понятия долга и ответственности; профессиональная этика; этика партнерских взаимоотношений		48
ОГСЭ.08	*Основы социологии и политологии:* социология как наука, ее предмет и методы; общество как социокультурная система; социальные общности; социальные и этнонациональные отношения; социальные процессы, социальные институты и организации; личность: ее социальные роли и социальное поведение; социальная мобильность; социальные движения; социальные конфликты и способы их разрешения; предмет политологии; политическая власть и властные отношения; политическая система; субъекты политики; политическое сознание; политическая культура; мировая политика и международные отношения; социально-экономические процессы в России		
ОГСЭ. ДВ.00	**Дисциплины по выбору студента, устанавливаемые образовательным учреждением**		**64**
ЕН.00	**Математические и общие естественнонаучные дисциплины**	**198**	**132**
ЕН.01	*Математика:* производные: производная сложной функции, производная обратных функций (обратные тригонометрические функции), вторая производная и производные высших порядков; исследование функции с помощью производной; теория пределов; определенный и неопределенный интеграл		40
ЕН.02	*Информатика:* автоматизированная обработка информации: основные понятия, технология; общий состав персональных ЭВМ и вычислительных систем; программное обеспечение		60

	вычислительной техники, операционные системы и оболочки; прикладное программное обеспечение; организация размещения, хранения и передачи информации; защита информации от несанкционированного доступа; антивирусные средства защиты информации; локальные и глобальные компьютерные сети, сетевые технологии обработки информации; прикладные программные средства: текстовые процессоры, электронные таблицы, системы управления базами данных, графические редакторы, информационно-поисковые системы (с изучением конкретных программных средств в зависимости от специальности); автоматизированные системы: понятие, состав, виды		
ЕН.03	*Экологические основы природопользования:* особенности взаимодействия общества и природы; природоресурсный потенциал, принципы и методы рационального природопользования; размещение производства и проблема отходов; понятие мониторинга окружающей среды, экологическое регулирование, прогнозирование последствий природопользования; правовые и социальные вопросы природопользования; охраняемые природные территории; концепция устойчивого развития; международное сотрудничество в области природопользования и охраны окружающей среды		32
ОПД.00	**Общепрофессиональные дисциплины**	**1182**	**909**
ОПД.01	*Экономическая теория:* экономическая теория как наука, ее предмет, метод и функции; история развития экономической теории, современные школы и направления; производство и экономика; воспроизводство и его основные фазы; собственность как основа производственных отношений; микроэкономика: рынок, теория спроса и предложения, равновесная цена; конкуренция; теория поведения потребителя; рынки ресурсов; макроэкономика как составная часть эконо-		90

	мической науки; рыночный механизм макроэкономического равновесия; цикличность развития рыночной экономики; финансовый рынок как регулятор экономики; денежно-кредитная система, государственный бюджет; рыночный механизм формирования доходов и проблемы социальной политики государства; мировой рынок и международная торговля; основные направления экономической реформы в России		
ОПД.02	*Экономика организации (предприятия):* организационно-правовые формы организаций; отраслевые особенности организации (предприятия) в условиях рынка; производственная структура организации; типы производства; производственный и технологический процессы; материально-техническая база организации и проблема ее обновления в современных условиях; ресурсы и энергосберегающие технологии; основы логистики организации; планирование деятельности организации; организация труда и зарплаты; издержки производства и реализации продукции по статьям и элементам затрат; цена, ее виды, ценообразование; прибыль и рентабельность как основные показатели эффективности производства в рыночных условиях; методы расчета основных показателей работы; финансы организации; внешнеэкономическая деятельность организации		120
ОПД.03	*Менеджмент:* сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития; внешняя и внутренняя среда организации; цикл менеджмента: организация, планирование, мотивация и контроль; система методов управления; принятие решений; управление конфликтами и стрессами; руководство: власть и партнерство; самоменеджмент; стили управления; коммуникации; деловое и управленческое общение		60
ОПД.04	*Статистика:* предмет, метод и задачи статистики; статистические наблюдения; сводка и группировка;		50

	способы наглядного представления статистических данных; абсолютные и относительные величины; средние величины и показатели вариации; статистическое изучение связи между явлениями; ряды динамики и ряды распределения; индексы; выборочные наблюдения		
ОПД.05	*Маркетинг:* основные понятия концепции рыночной экономики; составляющие элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции; объекты: нужда, потребности и спрос, их виды; методы изучения и формирования спроса; субъекты, средства удовлетворения потребностей; жизненный цикл продукции; ценовая и сбытовая политика; методы изучения рынка, формирования спроса и стимулирования сбыта; стратегия и планирование маркетинга; маркетинговая часть бизнес-плана		87
ОПД.06	*Документационное обеспечение управления:* понятия «документа», «документирования», «документационного обеспечения управления»; Государственная система ДОУ; документирование управленческой деятельности; государственные унифицированные системы документации; организация работы с документами; автоматизация процессов документационного обеспечения управления		48
ОПД.07	*Финансы, денежное обращение и кредит:* сущность и функции денег; денежное обращение; сущность финансов, их функции и роль в экономике; финансовая политика; управление финансами; финансовая система; содержание и основы организации финансов предприятий различных форма собственности; государственные финансы; бюджет и бюджетная система РФ; внебюджетные фонды, страховое дело; ссудный капитал и кредит; банки и банковская система; рынок ценных бумаг; финансирование и кредитование капитальных вложений; финансовое планирование и методы финансового контроля; валютная система РФ		60

	и международные кредитные отношения		
ОПД.08	*Организация и технология отрасли:* важнейшие отрасли промышленности и сферы обслуживания, их характеристика и взаимосвязь; типы производства; организация производства продукции и оказание услуг в организациях отрасли; производственная инфраструктура; производственный и технологический процессы, их элементы и организация; основы разработки технологических процессов; техническая подготовка производства, её содержание; технологическая документация: назначение и содержание; материальные ресурсы, используемые в организациях (предприятиях) отрасли; техническое оснащение; основы логистики организации		78
ОПД.09	*Бухгалтерский учет:* бухгалтерский учет, его задачи и функции в системе управления; законодательство РФ о бухгалтерском учете; Федеральный Закон «О бухгалтерском учете»; методологическая основа бухгалтерского учета; бухгалтерский баланс; типы изменений в балансе под влиянием хозяйственных операций; счета бухгалтерского учета и двойная запись; план счетов; объекты бухгалтерского учета: основные средства, нематериальные активы, оборотные активы, расчеты, затраты на производство продукции (работ, услуг), готовая продукция и ее реализация, финансовые результаты хозяйственной деятельности; собственные средства организации, кредиты, займы; бухгалтерская отчетность, ее состав, формы, периодичность, адреса и сроки представления		70
ОПД.10	*Товароведение:* состояние и перспективы развития потребительского рынка; методы товароведения; основополагающие характеристики товаров: ассортимент товаров; его классификация, показатели, их расчет и анализ, управление ассортиментом; качество: номенклатура потребительских свойств и показателей, градации ка-		80

	чества; факторы, формирующие и сохраняющие качество; количественные характеристики товаров и товарных партий; технологический цикл товародвижения; товарно-сопроводительные документы: назначение, виды; маркировка: назначение, виды, структура, использование в маркетинге		
ОПД.11	*Метрология, стандартизация и сертификация:* правовые основы, цели, задачи, принципы, объекты и средства метрологии, стандартизации и сертификации; метрология: основные понятия и определения; метрологические службы, обеспечивающие единство измерений; государственный метрологический контроль и надзор; стандартизация: основные термины и определения в области стандартизации и управления качеством; международная и региональная стандартизация, Межгосударственная стандартизация в СНГ; Государственная система стандартизации Российской Федерации; качество продукции, показатели качества и методы их оценки; испытание и контроль продукции; технологическое обеспечение качества; системы качества; сертификация: основные термины и определения в области сертификации; организационная структура сертификации; системы сертификации; порядок и правила сертификации; обязательная и добровольная сертификация; схемы сертификации		50
ОПД.12	*Правовое обеспечение профессиональной деятельности:* понятие правового регулирования производственных отношений; правовое положение субъектов предпринимательской деятельности; организационно-правовые формы юридических лиц; правовое регулирование договорных отношений; трудовое право: Трудовой кодекс РФ; трудовой договор (контракт) и порядок его заключения и основания прекращения; дисциплинарная и материальная ответственность работника; административные правонарушения и административная ответственность; защита нарушенных прав и судебный порядок разрешения споров		48

ОПД.13	*Безопасность жизнедеятельности:* общие сведения о чрезвычайных ситуациях; чрезвычайные ситуации мирного и военного времени, природного и техногенного характера, их последствия; устойчивость производств в условиях чрезвычайных ситуаций; назначение и задачи гражданской обороны; организация защиты и жизнеобеспечения населения в чрезвычайных ситуациях; содержание и организация мероприятий по локализации и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций; средства защиты; основы военной службы: основы обороны государства; Вооруженные Силы Российской Федерации; боевые традиции, символы воинской чести; основы медицинских знаний		68
СД.00	**Специальные дисциплины**	**626**	**580**
СД.01	*Маркетинг товаров и услуг:* методологические основы товарного маркетинга; объекты: виды и разновидности потребностей и спроса; средства удовлетворения потребностей: виды и назначение, маркетинговая классификация товаров и услуг; технологический и жизненный цикл товаров; конкурентоспособность: оценка и обеспечение; товарная политика организации (предприятия): составные элементы, цели, задачи и основные направления; маркетинг услуг: назначение, характерные признаки, требования к качеству; факторы, формирующие качество услуг; специфика рекламы отдельных групп товаров и услуг		80

СД.02	*Маркетинговые исследования рынка:* понятие, сущность цели, задачи, объекты маркетинговых исследований; основные направления и этапы маркетинговых исследований; организация маркетингового исследования в сфере товаров и услуг; маркетинговая информация: первичная и вторичная, их источники; система показателей для исследования конъюнктуры рынка; особенности проведения маркетинговых исследований различных объектов (товаров, потребителей и конкурентов); методы сбора, анализа и обработки данных, критерии их выбора; принятие маркетинговых решений; подготовка отчета о проведенном исследовании		80
СД.03	*Поведение потребителей:* определение, содержание; маркетинговая ориентация организации на потребителя; особенности поведения производственных и индивидуальных потребителей; управление поведением потребителей; внутренние факторы поведения потребителей; процесс принятия решения потребителями; права потребителей: содержание, защита, законодательная база; общественное движение за обеспечение прав потребителей в России и за рубежом; потребительский экстремизм		50
СД.04	*Внешнеэкономическая деятельность:* понятие международного маркетинга; особенности выхода на внешний рынок; товарная политика в международном маркетинге; особенность продвижения товара на внешний рынок; создание и обеспечение деятельности совместных предприятий; внешнеторговый контракт, его содержание; договорно-правовой и валютно-финансовый механизм внешнеэкономической деятельности; таможенное, транспортно-экспедиционное обслуживание внешнеэкономических связей		60
СД.05	*Информационные технологии в профессиональной деятельности:*		60

	информационное обеспечение маркетинговой деятельности: виды, формы, средства информационных ресурсов, требования к ним; правовая база информационного обеспечения; информационные сети: сетевое объединение компьютерных систем, программное обеспечение, международная информационная сеть (Internet); прикладное программное обеспечение – интегрированный пакет Microsoft Office: работа с электронными таблицами Excel, с системами управления базами данных Access по проектированию, созданию базы данных, по вводу и редактированию данных, созданию отчетов для анализа состояния рынка (о потребительских нуждах и возможностях, о сильных и слабых сторонах конкурентов, о конкурентоспособности товаров и услуг, о фактических продажах и т. д.)		
СД. ДС (ДВ).00	**Дисциплины специализации, дисциплины по выбору студента, устанавливаемые образовательным учреждением**		**250**
ТО.Р	**Теоретическое обучение – дисциплины национально-регионального (регионального) компонента**	**150**	**115**

ДФ.00	**Дисциплины факультативные**	**248**	
К	**Консультации (на каждую учебную группу на весь период обучения)**	**200**	
ТО.00	**Всего часов теоретического обучения**	**3348**	**2232**

Нормативный срок освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям) при очной форме обучения составляет 95 недель, в том числе:

- теоретическое обучение, включая лабораторные и практические занятия, выполнение курсовых работ (курсовое проектирование) 62 недели;
- производственная (профессиональная) практика и подготовка к итоговой государственной аттестации 10/9 недель;
- промежуточная аттестация 4 недели;

– итоговая государственная аттестация 3/4 недели;
– резерв времени образовательного учреждения 3 недели;
– каникулярное время 13 недель.

4. Общие требования к разработке основной профессиональной образовательной программы, обеспечивающие реализацию образовательными учреждениями Государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям)

4.1. Общие положения

4.1.1. Образовательное учреждение самостоятельно разрабатывает и утверждает основную профессиональную образовательную программу по специальности.

4.1.2. Основная профессиональная образовательная программа по специальности разрабатывается на основании Государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности 0607 Маркетинг (далее – Государственные требования) и включает в себя требования к уровню подготовки выпускника, учебный план, программы учебных дисциплин, программу производственной (профессиональной) практики, программу итоговой государственной аттестации. При разработке учебного плана образовательное учреждение использует примерный учебный план по специальности. При формировании пояснений к учебному плану применяются положения данного раздела с учетом специфики организации образовательного процесса в конкретном образовательном учреждении.

4.1.3. Основная профессиональная образовательная программа по специальности в части теоретического обучения состоит из дисциплин федерального компонента (в том числе дисциплин по выбору студента), дисциплин национально-регионального (регионального) компонента, а также факультативных дисциплин и консультаций.

4.1.4. Содержание национально-регионального (регионального) компонента основной профессиональной образовательной программы по специальности (включая распределение по циклам дисциплин) устанавливается субъектом Российской Федерации или образовательным учреждением самостоятельно.

В случае введения субъектами Российской Федерации национально-регионального (регионального) компонента финансирование связанных с этим затрат на бесплатное обучение студентов производится за счет средств бюджетов соответствующих субъектов Российской Федерации; в противном случае финансирование осуществляется за счет средств учредителей.

Объем времени, отведенный на дисциплины национально-регионального (регионального) компонента, может быть использован, в том числе и на увеличение объема времени на дисциплины федерального компонента.

4.1.5. Объем практической подготовки студента: производственная (профессиональная) практика, лабораторные и практические занятия, выполнение курсовых работ (курсовое проектирование) должен составлять 50-60% от общего объема времени, отведенного на теоретическое обучение и практику.

4.2. Требования к организации и обеспечению образовательного процесса

4.2.1 Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса

Реализация основной профессиональной образовательной программы по специальности должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими, как правило, высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины. Преподаватели специальных дисциплин, как правило, должны иметь опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

4.2.2. Требования к учебно-методическому обеспечению образовательного процесса

Реализация основной профессиональной образовательной программы по специальности должна обеспечиваться доступом каждого студента к информационным ресурсам (библиотечным фондам, компьютерным базам данных и др.), по содержанию соответствующим полному перечню дисциплин основной профессиональной образовательной программы, наличием учебников, учебно-методических, методических пособий, разработок и рекомендаций по всем дисциплинам и по всем видам занятий – практикумам, курсовому и дипломному проектированию и др., этапам практики, а также наглядными пособиями, аудио-, видео- и мультимедийными материалами.

Обеспеченность студентов учебной литературой, необходимой для реализации основной профессиональной образовательной программы, должна соответствовать нормативу – 0.5 экз. на одного студента. Источники учебной информации должны отвечать современным требованиям. В образовательном процессе должны использоваться законодательные акты, нормативные документы и материалы профессионально-ориентированных периодических изданий.

4.2.3. Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса

Образовательное учреждение, реализующее основную профессиональную образовательную программу по специальности, должно располагать материально-технической базой, обеспечивающей реализацию Государственных требований и соответствующей действующим санитарно-техническим нормам.

Реализация основной профессиональной образовательной программы по специальности должна обеспечивать выполнение студентом лабораторных и практических работ, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ
кабинетов, лабораторий и др.
по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям)

Кабинеты:

социально-экономических дисциплин,
иностранного языка,
математики и статистики,
экономики организации (предприятия),
финансов, денежного обращения и кредита,
бухгалтерского учета,
товароведения и стандартизации,
технологии и организации отрасли,
маркетинга,
менеджмента,
экологии и безопасности жизнедеятельности,
внешнеэкономической деятельности,
права,
методический.

Лаборатории:

информатики и ЭВМ,
компьютерной обработки информации,
технических средств обучения.

Спортивный комплекс:

спортивный зал,
лыжная база,
бассейн,
открытый стадион широкого профиля.

4.2.4. Требования к организации производственной (профессиональной) практики

Образовательное учреждение, реализующее основную профессиональную образовательную программу по специальности, должно обеспечить планирование, организацию и проведение производственной (профессиональной) практики в соответствии с Положением о производственной (профессиональной) практике студентов, курсантов образовательных учреждений среднего профессионального образования и Рекомендациями по организации и проведению производственной (профессиональной) практики студентов по экономическим специальностям СПО.

В период прохождения производственной (профессиональной) практики студент может освоить одну или несколько из перечисленных ниже родственных профессий: агент торговый, агент коммерческий; агент по снабжению и др.

4.2.5. Требования к итоговой государственной аттестации выпускников

Количество экзаменов в учебном году не должно превышать 8, а количество зачетов – 10. В указанное количество не входят экзамены и зачеты по физической

культуре и факультативным дисциплинам.

На весь период обучения предусматривается выполнение не более 3 курсовых работ (проектов) по дисциплинам общепрофессионального или специального циклов.

Виды итоговой государственной аттестации:

1 вариант: итоговый междисциплинарный экзамен по специальности;

2 вариант: защита дипломной работы.

4.2.6. Общие нормативы по организации образовательного процесса

4.2.6.1. Нормативный срок освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности при очной форме обучения для лиц, обучающихся на базе основного общего образования, увеличивается на 52 недели (1 год) из расчета:

теоретическое обучение (при обязательной учебной нагрузке 36 часов в неделю)	39 недель;
промежуточная аттестация	2 недели;
каникулярное время	11 недель.

4.2.6.2. Срок освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности по очно-заочной (вечерней) и заочной формам обучения увеличивается по отношению к нормативному сроку, установленному в пункте 1.3 раздела «Общая характеристика специальности»:

- на базе среднего (полного) общего образования – на 1 год;
- на базе основного общего образования – на 2 года (при этом срок освоения основной образовательной программы среднего (полного) общего образования составляет 2 года).

Сроки освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности при сочетании различных форм обучения устанавливаются образовательным учреждением самостоятельно на основании нормативного срока.

4.2.6.3. Количество дисциплин по выбору должно быть таким, чтобы студент мог обоснованно и реально выбирать дисциплину (дисциплины). Выбранные студентом дисциплины становятся обязательными для изучения.

4.2.6.4. Выполнение курсовой работы (курсовое проектирование) рассматривается как вид учебной работы по дисциплине и реализуется в пределах времени, отведенного на ее изучение. На весь период обучения может быть запланировано, как правило, не более 2-х курсовых работ. Рекомендуемыми дисциплинами для курсового проектирования могут быть: «Экономика организации (предприятия)», «Маркетинговые исследования рынка», «Маркетинг товаров и услуг» и др. Курсовая работа может быть комплексной и выполняться по нескольким дисциплинам.

4.2.6.5. Факультативные дисциплины, предусматриваемые учебным планом образовательного учреждения (не более 4 часов в неделю), не являются обязательными для изучения студентом. При реализации среднего (полного) общего образова-

ния для лиц, обучающихся на базе основного общего образования, объем времени на факультативные дисциплины увеличивается на 156 часов.

4.2.6.6. Консультации для студентов очной формы обучения предусматриваются образовательным учреждением в объеме 100 часов на учебную группу на каждый учебный год, в том числе в период реализации среднего (полного) общего образования для лиц, обучающихся на базе основного общего образования.

4.2.6.7. По всем дисциплинам теоретического обучения и этапам производственной (профессиональной) практики, включенным в учебный план образовательного учреждения, должна выставляться итоговая оценка («отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «зачтено»).

4.2.6.8. На предпоследнем курсе в период летних каникул с юношами проводятся пятидневные учебные сборы на базе воинских частей, определенных военными комиссариатами.

4.3. Академические свободы образовательного учреждения в формировании содержания образования и организации образовательного процесса

При разработке основной профессиональной образовательной программы по специальности образовательное учреждение имеет право:

4.3.1. Уменьшать в пределах 5% объем времени, отведенный Государственными требованиями на циклы дисциплин.

4.3.2. Распределять резерв времени образовательного учреждения.

4.3.3. Формировать цикл общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин. При этом дисциплины «Основы философии» (в объеме не менее 44 часов), «Основы права» (в объеме не менее 32 часов), «Русский язык и культура речи» (в объеме не менее 56 часов), «Иностранный язык» и «Физическая культура» (из расчета 2 часа в неделю на весь период теоретического обучения) реализуются в обязательном порядке. Одна дисциплина выбирается образовательным учреждением из следующего перечня дисциплин: «Социальная психология», «Основы этики», «Основы социологии и политологии» и реализуются в течение времени, отведенного на эти дисциплины (48 часов). Остальные дисциплины по желанию образовательного учреждения могут реализовываться в качестве дисциплин по выбору студента, за счет резерва времени образовательного учреждения. При этом возможно объединение дисциплин в междисциплинарные курсы при сохранении минимума содержания.

Формировать дисциплины по выбору студента, устанавливаемые образовательным учреждением, которые должны быть направлены на реализацию личностных потребностей обучающихся и обеспечение гуманитаризации содержания образования.

4.3.4. В цикле специальных дисциплин:

- самостоятельно формировать специализации;

- формировать дисциплины по выбору студента, которые должны быть направлены на обеспечение конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда.

4.3.5. Определять перечень и содержание дисциплин по выбору студента, факультативных дисциплин.

4.3.6. В случае самостоятельного формирования содержания национально-регионального (регионального) компонента использовать время, отведенное на дисциплины регионального компонента:

- на увеличение объема времени на дисциплины федерального компонента;

- на введение дополнительных дисциплин в циклы общих гуманитарных и социально-экономических, математических и общих естественнонаучных, общепрофессиональных, специальных дисциплин.

4.3.7. При формировании дисциплин по выбору студента, дисциплин национально-регионального (регионального) компонента, факультативных дисциплин определять время на их изучение в объеме не менее 32 часов.

4.3.8. Выбирать вид итоговой государственной аттестации из установленных в п. 4.2.5 Государственных требований.

4.3.9. Определять формы проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные и т.д.).

4.3.10. Использовать от 10 до 15% от общего объема времени, отведенного на дисциплину федерального компонента, на самостоятельное проектирование дополнительного содержания образования по дисциплине при условии выполнения минимума содержания образования по дисциплине, указанного в Государственных требованиях.

4.3.11. Планировать концентрированное изучение дисциплины «Иностранный язык».

4.3.12. Определять возможность присвоения одной из родственных рабочих профессий из предложенного перечня в п. 4.2.4.

Приложение

Рег. № 04-0607-Б
08 февраля 2002 г.

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН
среднего профессионального образования базового уровня
по специальности **0607 Маркетинг (по отраслям)**
Квалификация – маркетолог

Форма обучения - очная
Нормативный срок обучения – 1 год 10 месяцев
на базе среднего (полного) общего образования

Индекс	Элементы учебного процесса, учебные дисциплины	Время в неделях	Макс. учебная нагрузка студента, часов	Обязательная учебная нагрузка, часов			Рекомендуемый курс изучения
				Всего	в том числе		
					лабор. и практ. занятия	выполнение курсовых работ (курс. проект)	
1	2	3	4	5	6	7	8
ТО.00	**Теоретическое обучение**	**62**	**3348**	**2232**			
ТО.Ф	**Теоретическое обучение – дисциплины федерального компонента**		**2750**	**2117**	**762**	**40**	
ОГСЭ.00	**Общие гуманитарные и социально-экономические дисциплины**		**744**	**496**	**274**		
ОГСЭ.01	Основы философии			44			2,3
ОГСЭ.02	Основы права			32	4		2,3
ОГСЭ.03	Русский язык и культура речи			56	10		2
ОГСЭ.04	Иностранный язык			126	126		2,3
ОГСЭ.05	Физическая культура			126	120		2,3
ОГСЭ.06	Социальная психология						

ОГСЭ.07	Основы этики			48	6		
ОГСЭ.08	Основы социологии и политологии						
ОГСЭ. ДВ.00	Дисциплины по выбору студента, устанавливаемые образовательным учреждением			64	8		2,3
ЕН.00	**Математические и общие естественнонаучные дисциплины**		**198**	**132**	**50**		
ЕН.01	Математика			40	20		2
ЕН.02	Информатика			60	30		2
ЕН.03	Экологические основы природопользования			32			2,3
ОПД.00	**Общепрофессиональные дисциплины**		**1182**	**909**	**320**	**20**	
ОПД.01	Экономическая теория			90	20		2
ОПД.02	Экономика организации (предприятия)			120	50	20	
ОПД.03	Менеджмент			60	18		3
ОПД.04	Статистика			50	16		2
ОПД.05	Маркетинг			87	20		2
ОПД.06	Документационное обеспечение управления			48	10		2
ОПД.07	Финансы, денежное обращение и кредит			60	30		2,3
ОПД.08	Организация и технология отрасли			78	30		2
ОПД.09	Бухгалтерский учет			70	26		2,3
ОПД.10	Товароведение			80	40		2,3
ОПД.11	Метрология, стандартизация и сертификация			50	20		2
ОПД.12	Правовое обеспечение профессиональной деятельности			48	20		2,33
ОПД.13	Безопасность жизнедеятельности			68	20		2,3
СД.00	**Специальные дисциплины**		**626**	**580**	**118**	**20**	

СД.01	Маркетинг товаров и услуг			80	20	20	2,3
СД.02	Маркетинговые исследования рынка			80	30		3
СД.03	Поведение потребителей			50	18		2,3
СД.04	Внешнеэкономическая деятельность			60	10		2,3
СД.05	Информационные технологии в профессиональной деятельности			60	40		3
СД. ДС (ДВ).00	Дисциплины специализации, дисциплины по выбору студента, устанавливаемые образовательным учреждением			250			2,3
ТО. Р	**Теоретическое обучение – дисциплины национально-регионального (регионального) компонента**		**150**	**115**			
ДФ.00	**Дисциплины факультативные**		**248**				**2,3**
К	**Консультации (на каждую учебную группу на весь период обучения)**		**200**				**2,3**
ПП.00	**Производственная (профессиональная) практика**	**10/9**					**2,3**
	1 вариант						
ПП.01	Практика для получения первичных профессиональных навыков	3					2
ПП.02	Практика по профилю специальности	5					3
ПП.03	Стажировка (практика квалификационная)	2					3
	2 вариант						
ПП.01	Практика для получения первичных профессиональных навыков	3					2

ПП. 02	Практика по профилю специальности	4					3
ПП. 03	Практика преддипломная (квалификационная)	2					3
ПА	**Промежуточная аттестация**	**4**					**2,3**
ИГА.00	**Итоговая государственная аттестация**	**3/4**					**3**
	1 вариант						
ИГА.01	Подготовка к междисциплинарному экзамену по специальности	1					3
ИГА.02	Итоговый междисциплинарный экзамен по специальности	2					3
	2 вариант						
ИГА.01	Выполнение дипломной работы	2					3
ИГА.02	Защита дипломной работы	2					3
РВ	**Резерв времени образовательного учреждения**	**3**					**2,3**
ВК	**Время каникулярное**	**13**					
		11					2
		2					3
	ИТОГО:	**95**					

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика специальности 0607 (по отраслям)…… 3

2. Требования к уровню подготовки выпускника по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям)…… 6

3. Требования к минимуму содержания основной профессиональной образовательной программы по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям)…… 13

4. Общие требования к разработке основной профессиональной образова- 25

тельной программы, обеспечивающие реализацию образовательными учреждениями Государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям)……

5. Примерный учебный план по специальности 0607 Маркетинг (по отраслям)……. 31

Подписано в печать 12.09.2002.
Формат 90x88/16. Уч.-изд. л. 2,25. Усл. печ. л. 2,7.
Тираж 450 экз. Цена договорная

Издательский отдел ИПР СПО
109316, Москва,
Волгоградский пр-т, 43

Отпечатано в ЗАО "Миратос",
111555, Москва, Напольный проезд, 7
Заказ №