

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 Маркетинг

Специальность 38.02.07 Банковское дело

2022г

РАССМОТРЕНА
на заседании МЦК УГС 38.00.00 Экономика и
управление, 43.00.00 Сервис и туризм

наименование методической цикловой комиссии

Протокол № 5
от 28 февраля 2022 г.

СОГЛАСОВАНО
Педагогическим советом ГБПОУ «ВЭК»
Протокол № 3
от 24 марта 2022 г.

УТВЕРЖДЕНО
приказом директора ГБПОУ «ВЭК»
№85 от 26 мая 2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта СПО по специальности **38.02.07 Банковское дело**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации **№ 67 от 5 февраля 2018 г.** (зарегистрировано в Минюсте России 26 февраля 2018 г. № 50135).

Организация-разработчик: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Волгоградский энергетический колледж»

Разработчик: **Завгороднева Елена Сергеевна**, преподаватель ГБПОУ «ВЭК»

Эксперты:

Молоткова Л.Ф., заведующая отделением УГС 38.00.00 Экономика и управление, 43.00.00 Сервис и туризм ГБПОУ «ВЭК»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «МАРКЕТИНГ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «МАРКЕТИНГ» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС 38.02.07 Банковское дело.

Учебная дисциплина «МАРКЕТИНГ» наряду с учебными дисциплинами общепрофессионального цикла обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 38.02.07 Банковское дело.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК :

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 1.4 ПК 2.1 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 06	выявлять, формировать и удовлетворять потребности; проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения; организовывать рекламные компании; применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта; оценивать конкурентоспособность продукции и предприятия;	структуру маркетинговой деятельности; классификацию маркетинга; принципы, объекты, средства и методы маркетинговой деятельности; маркетинговую окружающую среду; виды конкуренции, конкурентоспособность организации; стратегию и планирование маркетинга.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися достигаются личные результаты

Личностные результаты выпускника, освоившего программу учебной дисциплины «Маркетинг»

**Личностные результаты
реализации программы воспитания,
определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности**

Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности.	ЛР 13
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.	ЛР 14
Открытый к текущим и перспективным изменениям рынка труда в профессиональной сфере.	ЛР 15

**Личностные результаты
реализации программы воспитания,
определенные субъектом Российской Федерации**

Осознающий культурное-историческое наследие Волгоградской области, готовый его сохранять, поддерживать и развивать для формирования положительного имиджа региона.	ЛР 16
Демонстрирующий трудовую мотивацию к реализации основных принципов деятельности банков, поддержанию и развитию традиций и ценностей профессионального сообщества.	ЛР 17
Экономически активный гражданин, чувствующий ответственность за свои действия и поступки, инициативный и самостоятельный, реализующий социально значимые проекты в области финансовой среды.	ЛР 18

**Личностные результаты
реализации программы воспитания,
определенные ключевыми работодателями**

Стремящийся к увеличению масштабов продажи банковских продуктов и услуг, способный к развитию коммуникационных связей в области банковской рекламы и связям с общественностью, способствующий росту	ЛР 19
---	--------------

конкурентоспособности коммерческих банков.	
Способный воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию, используя различные цифровые средства, позволяющие в условиях переговорного процесса с клиентами банка достигать поставленных целей.	ЛР 20

**Личностные результаты
реализации программы воспитания, определенные
субъектами образовательного процесса**

Владеющий навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности; способный и готовый к самостоятельному поиску методов решения банковских задач, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически ее оценивать и интерпретировать..	ЛР 21
Участвующий в реализации просветительских программ и работе молодежных объединений	ЛР 22
Обладающий навыками усидчивости; способный длительное время заниматься однообразным видом работы; аккуратный, стрессоустойчивый и помехоустойчивый	ЛР 23
Способный рефлексивно оценивать собственный жизненный опыт, критерии личной успешности.	ЛР 24

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	62
в том числе:	
теоретическое обучение	26
лабораторные работы	
практические занятия	26
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
консультации	2
контрольная работа	-
<i>Самостоятельная работа¹</i>	2
Промежуточная аттестация	-
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6

¹ Объем самостоятельной работы обучающихся определяется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема учебной дисциплины в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренным тематическим планом и содержанием учебной дисциплины (междисциплинарного курса).

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «МАРКЕТИНГ»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
	Введение. Контроль остаточных знаний. Подготовка к освоению учебной дисциплины «Маркетинг»	2	
Раздел 1. Основы маркетинга		20	
Тема 1.1 Предмет, цели и задачи дисциплины	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 03, ОК 06, ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 17-21, ЛР 23, ЛР 24
	1. Понятия: маркетинг, функции, цели, принципы, задачи, социальные основы маркетинга. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности.	2	
Тема 1.2 Товар в системе маркетинга	Содержание учебного материала	6	ОК 01, ОК 03, ОК 06, ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 17-21, ЛР 23, ЛР 24
	2. Маркетинговое понимание товара, классификация товаров. Концепция жизненного цикла товара. Конкуренция и конкурентоспособность услуг, товара	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	4	
	4. Практическое занятие № 1 «Определение этапов жизненного цикла товаров (услуг)»	2	
	5. Практическое занятие № 2 «Оценка конкурентоспособности товара»	2	
Тема 1.3 Рынок, как условие и экономическая основа	Содержание учебного материала	12	ОК 01, ОК 03, ОК 06, ПК 1.4, ПК 2.1
	6. Окружающая среда маркетинга	2	
	7. Сегментирование рынка банковских услуг	2	

маркетинга	8.Классификация маркетинга	2	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 17-21, ЛР 23, ЛР 24
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	6	
	9.Практическое занятие № 3 «Анализ окружающей среды маркетинга»	2	
	10.Практическое занятие № 4 «Определение принципов сегментирования на основе классификации потребителей»	2	
	11.Практическое занятие № 5 «Определение вида маркетинга в зависимости от состояния спроса»	2	
Раздел 2. Практический маркетинг		25	
Тема 2.1 . Содержание и функции практического маркетинга	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 03, ОК 06, ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 17-21, ЛР 23, ЛР 24
	12.Содержание маркетинговой деятельности предприятия. Функции практического маркетинга. Маркетинговая политика предприятия. Ценовая политика в маркетинге. Виды цен.	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	2	
	13.Практическое занятие № 6 «Исследование и разработка цен на товары»	2	
Тема 2. 2. Сбытовая политика	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 03, ОК 06, ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 17-21, ЛР 23, ЛР 24
	14.Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Планирование сбытовой политики, функции каналов товародвижения. Виды сбыта.	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	2	
	15 Практическое занятие № 7 « Распространение товаров и организация товародвижения»	2	
Тема 2. 3. Коммуникационная политика	Содержание учебного материала	12	ОК 01, ОК 03, ОК 06, ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 17-21, ЛР 23, ЛР 24
	16.Реклама: понятие, назначение, функции, виды, цели, задачи. Рекламная политика фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Личная продажа, стимулирование сбыта. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС). Товарный знак. Рекламная политика банка	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	10	
	17-18.Практическое занятие № 8-9 «Применение рекламных средств в системе маркетинга»	4	
	19-20.Практическое занятие № 10-11 «Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций»	4	
	21.Практическое занятие № 12 «Анализ рекламных объявлений»	2	

Тема 2.5. Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала	5	ОК 01, ОК 03, ОК 06, ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 17-21, ЛР 23, ЛР 24
	22..Маркетинговые исследования: понятия, цели и задачи. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, Маркетинговая информация: назначение, источники, принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации.	2	
	В том числе, практических занятий и лабораторных работ	2	
	23.Практическое занятие № 13 «Маркетинговые исследования»	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка доклада на тему: «Особенности маркетинговых исследований», «Важнейшие направления маркетинговых исследований».Разработка комплекса маркетинговых исследований банка	1	
Раздел 3 Стратегии и программа маркетинга		7	
Тема 3.1 Принципы разработки и виды маркетинговых стратегий	Содержание учебного материала	2	ОК 01, ОК 03, ОК 06, ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 17-21
	24.Понятие, роль и значение маркетинговых стратегий. Разработка стратегии как главная задача для функционирования механизма маркетинга. Требования, предъявляемые к маркетинговой стратегии: реализм, гибкость, адресность, определенность, четкость, альтернативность выбора (проведение ситуационного анализа). Этапы разработки маркетинговой стратегии.	2	
Тема 3.3 Маркетинг в банковской деятельности	Содержание учебного материала	5	ОК 01, ОК 03, ОК 06, ПК 1.4, ПК 2.1 ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 17-21
	1.Задачи и цели маркетинга в банковской деятельности. Специфика банковского маркетинга. Анализ и прогнозирование финансового состояния клиентов. Система показателей, используемых в этих целях. Анализ и прогнозирование вкладов и потребностей в ссудных ресурсах. Формирование целей и рыночной стратегии банка. Сегментация рынка по продукту (услугам), клиентуре, отраслям.	2	
	2.Анализ положения банка. Выявление потенциала банка. Определение общей доли рынка, обслуживаемой банком, доли рынка займов и депозитов. Анализ конкурентоспособности банка. Ценовая политика банка.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Составление презентаций на тему: «Изучение и прогнозирование рынка кредитных ресурсов»	1	
Промежуточная аттестация		6	
Консультации по теме: Маркетинговые исследования рынка		2	
Всего		62	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Кабинет «Маркетинг», оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: рабочий стол преподавателя, методические указания для выполнения практических работ, комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения: компьютер, принтер, экран, мультимедийный проектор, программное обеспечение общего и профессионального назначения.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

3.2.1. Печатные издания²

1. Барышев, А.Ф. Маркетинг [Текст]: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования / А.Ф. Барышев. - 14-е изд. - М.: «Академия», 2018. - 224 с.

3.2.2. Электронные ресурсы

1. Захарова, И. В. Маркетинг: учебное пособие для СПО / И. В. Захарова. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-0383-3, 978-5-4497-0221-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86471.html> (дата обращения: 20.08.2021).

2. Энциклопедия маркетинга. URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-comm>. Дата обращения: 20.08.2021

3.2.3. Дополнительные источники

1. Годин, А.М. Маркетинг [Текст]: Учебник 2-е изд. доп. и перераб. - М.: изд. «Дашков и К», 2016 - 760 с.

² За образовательной организацией сохраняется право выбора учебных изданий из приведенного списка

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Входной контроль знаний и умений, сформированных в ходе получения среднего общего образования, осуществляется в форме компьютерного тестирования на проверку знаний с учетом их дальнейшего применения при формировании общих и профессиональных компетенций в рамках учебной дисциплины «Маркетинг»

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
структура маркетинговой деятельности;	Четкость понимания методов управления маркетинговой деятельности, службы маркетинга и продаж	устный опрос
Классификация маркетинга;	Точное определение вида маркетинга	компьютерное тестирование
принципы, объекты, средства и методы маркетинговой деятельности;	Раскрывать основные виды стратегий маркетинга	устный опрос
маркетинговую окружающую среду;	Называть основные компоненты микро и макро окружающей среды предприятия, банка	компьютерное тестирование
виды конкуренции, конкурентоспособность организации;	Описывать основные понятия конкурентоспособности предприятия, банка и банковского продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки.	проверка презентаций
стратегию и планирование маркетинга.	Раскрывать принципы планирования маркетинга в банке, предприятия	компьютерное тестирование
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:		
выявлять, формировать и удовлетворять потребности	-точность определения соответствия маркетинга видам спроса;	наблюдение за ходом выполнения практических работ

	-правильность определения необходимых средств стимулирования сбыта в соответствии со сбытовой политикой предприятия;	
проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;	-соответствие выбранных методов проведения маркетинговых исследований их целям и задачам	наблюдение за ходом выполнения практических работ
организовывать рекламные компании;	-эффективность и результативность применения маркетинговых коммуникаций	наблюдение за ходом выполнения практических работ
применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;	аргументированность организации сбытовой политики предприятия в соответствии с должностными инструкциями;	наблюдение за ходом выполнения практических работ
оценивать конкурентоспособность товаров;	-правильность оценки конкурентоспособности в соответствии с правилами, определенными в нормативных актах	наблюдение за ходом выполнения практических работ

4.2 Критерии личностных результатов выпускника

Код личностных результатов реализации программы воспитания	Личностные результаты выпускника, освоившего программу учебной дисциплины «Маркетинг»	Критерии, отражающие достижение ЛР
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности		
ЛР 13	Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности,	-проявление высокопрофессиональной трудовой активности;

	независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности	-отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся
ЛР 14	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.	- Демонстрация интереса к будущей профессии; -Проявление высокопрофессиональной трудовой активности; -демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа; -положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;
ЛР 15	Открытый к текущим и перспективным изменениям рынка труда в профессиональной сфере.	оценка собственного продвижения, личностного развития
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации		
ЛР 16	Осознающий культурно-историческое наследие Волгоградской области, готовый его сохранять, поддерживать и развивать для формирования положительного имиджа региона	— проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества; — участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях;
ЛР 17	Демонстрирующий трудовую мотивацию к реализации основных принципов деятельности банков,	— демонстрация интереса к будущей профессии; — проявление высокопрофессиональной

	поддержанию и развитию традиций и ценностей профессионального сообщества.	<p>трудоустройству;</p> <ul style="list-style-type: none"> — участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;
ЛР 18	Экономически активный гражданин, чувствующий ответственность за свои действия и поступки, инициативный и самостоятельный, реализующий социально значимые проекты в области финансовой среды.	<ul style="list-style-type: none"> — демонстрация интереса к будущей профессии; — оценка собственного продвижения, личностного развития; — положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; <p>участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</p>
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями		
ЛР 19	Стремящийся к увеличению масштабов продажи банковских продуктов и услуг, способный к развитию коммуникационных связей в области банковской рекламы и связям с общественностью, способствующий росту конкурентоспособности коммерческих банков.	<ul style="list-style-type: none"> — демонстрация интереса к будущей профессии; — оценка собственного продвижения, личностного развития; — положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; <p>участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии,</p>

		викторинах, в предметных неделях;
ЛР 20	Способный воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию, используя различные цифровые средства, позволяющие в условиях переговорного процесса с клиентами банка достигать поставленных целей.	-Демонстрация проявления правовой активности и навыков правомерного поведения.
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса		
ЛР 21	Владеющий навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности; способный и готовый к самостоятельному поиску методов решения банковских задач, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически ее оценивать и интерпретировать..	<ul style="list-style-type: none"> — демонстрация интереса к будущей профессии; — оценка собственного продвижения, личностного развития; — положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;
ЛР 22	Участвующий в реализации просветительских программ и работе молодежных объединений	<ul style="list-style-type: none"> — положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — участие в исследовательской и проектной работе; — участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных

		неделях;
ЛР 23	Обладающий навыками усидчивости; способный длительное время заниматься однообразным видом работы; аккуратный, стрессоустойчивый и помехоустойчивый	— положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;
ЛР 24	Способный рефлексивно оценивать собственный жизненный опыт, критерии личной успешности.	— оценка собственного продвижения, личностного развития; — положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; — участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;