

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.08

Основы экономики

Учебный план: №26-02-1-5

Код, наименование специальности, направленность: 42.02.01 Реклама, Планирование рекламных кампаний и продвижение средствами цифровых технологий

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе

Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Трудоемкость учебной дисциплины	36	
	Из них аудиторной нагрузки	28	
	Лекции, уроки	14	
	Практические занятия	14	
	Промежуточная аттестация		
	Курсовой проект (работа)		
	Самостоятельная работа	8	
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет		
	Контрольная работа	3	
	Курсовой проект (работа)		

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии
с федеральным государственным образовательным стандартом
среднего профессионального образования по специальности
42.02.01 Реклама, утверждённым приказом
Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Коняева А.С.
(Ф.И.О)

Председатель цикловой
комиссии: Трофимова Л.В.
(Ф.И.О)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.
(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части общепрофессионального цикла образовательной программы (ОП).

Дисциплина обеспечивает формирование общих компетенций (ОК).

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающегося следующих компетенций на базе полученных знаний и умений

Код и формулировка ОК, ПК	Знания	Умения
ОК 02 «Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности»	источники поиска информации для проведения экономических расчетов; методы систематизации информации для проведения экономических расчетов; приемы экономико-статистического анализа собранной информации	определять нормативы и показатели эффективности оборотных средств; проводить анализ инновационной деятельности организаций; рассчитывать экономическую эффективность капитальных вложений
ОК 03 «Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях»	основные разновидности рынка; базисные принципы рыночных отношений: спрос, предложение, конкуренцию; систему экономических показателей и порядок их расчета; источники для проведения экономических расчетов; правила формирования экономических выводов по анализу показателей; основные принципы правового регулирования трудовых отношений; основы предпринимательской деятельности; предпосылки для основания предприятия	находить необходимую официальную информацию об экономическом развитии страны по показателям рынка; проводить расчеты системы экономических показателей; осуществлять анализ по расчетным показателям; определять основные факторы, влияющие на цену, механизмы формирования рыночной стоимости; ориентироваться в основных правилах функционирования производства, разрабатывать бизнес-идею

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

2.1. Тематический план и содержание дисциплины:

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
1	2	3
Тема № 1. Деньги и их функции	Содержание учебного материала	2
	Деньги. Функции денег, спрос на деньги	2
Тема № 2. Рыночная система	Содержание учебного материала	8
	Рынок. Его функции. Издержки. Их виды	2
	В том числе, практических занятий	6
	Практическое занятие №1. Решение задач «Крест или ножницы Маршала»	2
	Практическое занятие №2. Решение задач «Классификация издержек»	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
	Практическое занятие №3. Решение задач «Кардиналистская концепция»	2
Текущий контроль – устный опрос		
Тема № 3. Спрос и предложение товаров, и рыночная цена	Содержание учебного материала	4
	Спрос и его факторы. Предложение и его факторы	2
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие №4. Решение задач «Эластичность спроса»	2
Тема № 4. Монополия и конкуренция. Заработная плата и определяющие её факторы	Содержание учебного материала	8
	Олигополия. Монополия. Олигополия. Монополистическая конкуренция.	2
	Номинальная и реальная заработная плата	2
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №5. Решение задач «Совершенная конкуренция, производственная функция»	2
	Практическое занятие №6. Решение задач «Монополия»	2
Текущий контроль – устный опрос		
Тема № 5. Валовой продукт и национальный доход общества	Содержание учебного материала	10
	СНС и его показатели	2
	Инфляция. Её виды. Фискальная политика Кредитно-денежная политика	2
	Самостоятельная работа обучающихся - изучение тем «Эластичность спроса», «Кардиналистская и ординалистская концепции»	8
Текущий контроль – устный опрос, проверка выполнения домашней работы		
Промежуточная аттестация – контрольная работа		2
ВСЕГО:		36

2.2 Курсовое проектирование (не предусмотрено УП)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

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

кабинет «Экономики», включающий

стол, стул преподавательский;

стол, стулья для обучающихся (по кол-ву обучающихся в группе),

технические средства обучения:

компьютер с лицензионным программным обеспечением (Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016, Microsoft Office);

мультимедийный проектор; экран;

информационные стенды и шкафы для хранения;

УМК и информационные материалы.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Бескровная, В. А. Экономика : учебник для СПО / В. А. Бескровная, Л. М. Шляхтова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 492 с. — ISBN 978-5-4488-1713-7, 978-5-4497-2380-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/133664/details> — Режим доступа: для авторизир. пользователей 2. Основы экономики: учебное пособие для СПО / Р. А. Галиахметов, Н. Г. Соколова, Э. Н. Тихонова [и др.] ; под редакцией Н. Г. Соколовой. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 362 с. — ISBN 978-5-4488-2257-5, 978-5-4497-3703-8. — Текст : электронный //

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143683.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная

1. Грязнова А. Г. Экономика. Учебник для 10-11 классов. — Эл. изд. / А.Г. Грязнова, Н.Н. Думная. - Москва : Интеллект-Центр, 2021. - 499 с. - ISBN 978-5-907339-89-7. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/379414/reading> - Текст: электронный.
2. Океанова З.К. Основы экономики : учебное пособие. — 5-е изд., перераб. и доп. — (Среднее профессиональное образование) / З.К. Океанова. - Москва : Инфра-М, 2021. - 287 с. - ISBN 978-5-8199-0728-3. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/391626/reading> - Текст: электронный.
3. Феофилактова Л. В. Основы экономики : краткий курс лекций / Л.В. Феофилактова. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 40 с. - ISBN 978-5-4499-3852-7. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/397991/reading> - Текст: электронный.

3.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

1. Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации: [https:// www.economy.gov.ru/](https://www.economy.gov.ru/)
2. Образовательный портал Центрального Банка РФ по основам финансовой грамотности населения: <http://fincult.info/>
3. Персональный навигатор по финансам. Образовательно- просветительский сервис Министерства финансов РФ по развитию финансовой грамотности, базирующийся на принципах клиентоориентированности: <https://моифинансы.рф/>

4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Обучающийся демонстрирует системное понимание экономических основ и уверенно применяет их в профессиональном рекламном контексте: свободно оперирует экономическими категориями (спрос и предложение, издержки, прибыль, рентабельность, инфляция, ВВП и др.), корректно раскрывает их содержание и взаимосвязь. Понимает специфику рыночной экономики, роль государства, особенности функционирования рынков, включая рынок рекламных услуг. Верно выполняет типовые экономические расчёты (себестоимость, прибыль, точка безубыточности, простые показатели эффективности проекта), грамотно интерпретирует полученные результаты. Использует нужные формулы, корректно подставляет данные, не допускает арифметических ошибок. Способен анализировать рыночные ситуации (изменение спроса/предложения, влияние внешних факторов), выявлять причинно-следственные связи, прогнозировать последствия экономических решений. Приводит релевантные примеры, в том числе из рекламной отрасли. Чётко показывает, как экономические принципы применяются в рекламе: как бюджетирование и планирование влияют на рекламную кампанию, как издержки и прибыль учитываются при оценке эффективности рекламы, как макроэкономические факторы (инфляция, курс валют) могут влиять на медиапланирование. Письменные работы и ответы структурированы, логичны, терминологически грамотны. Аргументирует позицию, опирается	Практические задания, Теоретические вопросы

	на экономические законы и данные, корректно ссылается на источники. При решении задач подробно описывает ход рассуждений	
Хорошо	Обучающийся владеет основными экономическими понятиями и способен решать типовые задачи, но допускает отдельные неточности: в целом уверенно использует терминологию и базовые концепции, но может допускать небольшие неточности в трактовке отдельных категорий или не всегда чётко разграничивать смежные понятия (например, выручка и прибыль, постоянные и переменные издержки). Выполняет основные расчёты правильно, но возможны 1–2 незначительные ошибки (арифметические, подстановка неверного значения) либо неполное пояснение промежуточных шагов. Анализирует типовые ситуации, делает обоснованные выводы, но не всегда глубоко раскрывает все влияющие факторы или не учитывает второстепенные, но значимые обстоятельства. Понимает, как экономика связана с рекламой, приводит примеры применения экономических принципов, но аргументация может быть менее развёрнутой; не всегда показывает комплексную связь (например, учитывает бюджет, но не связывает его с рентабельностью кампании). Работы в целом оформлены грамотно, структура выдержана, терминология в основном корректна. Возможны отдельные недочёты в логике изложения или неполнота раскрытия темы	
Удовлетворительно	Обучающийся имеет базовые представления об экономике, но знания фрагментарны, а практические навыки сформированы слабо: знает отдельные термины и базовые определения, но допускает ошибки в их трактовке, слабо связывает понятия между собой, может путать схожие категории. Демонстрирует поверхностное понимание рыночных механизмов и специфики рекламной деятельности с экономической точки зрения. Справляется с простейшими расчётами только при наличии образца или пошаговых инструкций; допускает существенные ошибки в выборе формулы, подстановке данных или интерпретации результата. Пытается анализировать ситуации, но делает это фрагментарно, выводы слабо обоснованы, часто опираются на интуицию, а не на экономические законы. Осознаёт, что реклама требует бюджета и планирования, но не может системно объяснить, как экономические показатели используются для оценки эффективности рекламных кампаний или как внешние экономические факторы влияют на рекламный рынок. Работы оформлены небрежно, логика изложения нарушена, терминология используется неточно. Аргументация слабая, опирается на общие фразы, а не на факты и расчёты	
Неудовлетворительно	Обучающийся не освоил базовые экономические понятия и не способен применять их даже в простейших ситуациях:	

	не знает или сильно искажает основные экономические термины, не понимает базовых механизмов рынка, не различает ключевые категории (доход, выручка, прибыль, издержки и т. п.). Допускает грубые фактические ошибки. Не способен выполнить даже типовые расчёты без посторонней помощи; допускает критические ошибки в выборе формул, подстановке значений и интерпретации результатов. Не видит причинно-следственных связей, не может объяснить влияние экономических факторов на рынок или конкретную компанию. Анализ отсутствует либо носит полностью формальный характер без содержательной части. Не понимает, как экономические принципы связаны с рекламной деятельностью; не может привести ни одного релевантного примера применения экономических знаний в рекламе. Работа не соответствует требованиям: отсутствует структура, логика, аргументация; терминология используется ошибочно. Работа может быть сдана с большим опозданием, в неполном объёме либо не сдана вовсе	
--	--	--