

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
имени В.М. Шукшина»
(ФГБОУ ВО «АГПУ им. В.М. Шукшина»)

Факультет технологии и профессионально-педагогического образования
Кафедра технологии

**МЕТОДИКА ПРИМЕНЕНИЯ ДИДАКТИЧЕСКОГО
МАТЕРИАЛА НА ЗАНЯТИЯХ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ
ДИСЦИПЛИНАМ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ КОЛЛЕДЖА**

Выпускная квалификационная работа

Допустить к защите

Зав. кафедрой технологии
_____ И.Б. Соловьева
« ____ » _____ 2016 г.

Выполнил студент Т-ЗПРОЭ111 группы
Ильюшенко Николай Сергеевич

Подпись _____

Научный руководитель:

канд. пед. наук, доцент кафедры технологии
Довыдова Марина Викторовна

Подпись _____

Оценка _____

« ____ » _____ 2016 г.

Подпись _____

(Председатель ГАК)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 Теоретические основы применения дидактических и раздаточных материалов	5
1.1 Понятие и виды дидактического материала и его значение для учебного процесса	5
1.2 Значение раздаточного материала в обучении экономическим дисциплинам	10
1.3 Требования к раздаточному материалу	11
2 Методика применения дидактического и раздаточного материала	14
2.1 Особенности использования раздаточного материала на занятиях теоретического обучения	14
2.2 Методика использования раздаточного материала для реализации методов активного обучения в преподавании экономических дисциплин	25
2.3 Экономическое обоснование проекта	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	45
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	47
ПРИЛОЖЕНИЕ А Презентация «Штриховые коды»	50

ВВЕДЕНИЕ

Новые условия хозяйствования предъявляют повышенные требования к образовательному уровню квалифицированных специалистов, поэтому особое значение в период становления рыночной экономики имеет экономическая подготовка специалистов. Это обуславливает введение и разработку новых учебных программ, спецкурсов, учебно-методического оснащения, введения активных форм и методов обучения, реализацию принципиально нового подхода к профессиональному экономическому образованию. Происходящие в настоящее время социально-экономические изменения требуют формирования нового экономического мышления и, как следствие, экономической культуры личности [25].

Актуальность выбранной темы исследования состоит в том, что в последнее время пересматривают основные методы и способы преподавания учебного материала.

Предмет исследования: учебно-воспитательный процесс по экономическим дисциплинам в колледже.

Объект исследования: дидактический и раздаточный материал на занятиях по экономическим дисциплинам в колледже.

Цель работы состоит в исследовании основных подходов в разработке дидактических и раздаточных материалов в процессе преподавания экономических дисциплин в учебных заведениях профессиональной подготовки.

Для достижения поставленной цели необходимо последовательное решение следующих **задач:**

1. Изучить и проанализировать педагогическую, методическую и специальную литературу по проблеме исследования.
2. Рассмотреть классификацию дидактических и раздаточных материалов.
3. Определить значение дидактических и раздаточных материалов в процессе обучения экономических дисциплин;

4. Разработать методические рекомендации по использованию дидактический и раздаточных средств на занятиях по экономическим дисциплинам в колледже.

5. Выполнить экономический расчет.

Практическая значимость работы заключается в том, что применение дидактического и раздаточного материала существенно обогащает учебно-воспитательный процесс, помогает обучающимся ориентироваться в учебном процессе, повышает его качественные показатели.

Гипотеза исследования заключается в том, что использование дидактического и раздаточного материала на занятиях по экономическим дисциплинам в колледже будет способствовать повышению качества учебно-воспитательного процесса.

Методологической основой исследования являются труды российских ученых: В. А. Сластенин «Педагогика», Г. И. Кругликов «Методика профессионального обучения с практикумом», Н.П. Хвесеня, М.В. Сакович «Методика преподавания экономических дисциплин» и многие другие.

База исследования: исследование проводилось в КГБПОУ «Бийский промышленно-технологический колледж»

Структура работы: работа состоит из введения, 2-х глав, заключения, приложений, список использованной литературы включает 26 источников.

1 Теоретические основы применения дидактических и раздаточных материалов

1.1 Понятие и виды дидактического материала и его значение для учебного процесса

Дидактический материал – это особый тип учебных пособий, преимущественно наглядных: карты, таблицы, наборы карточек с текстом, цифрами или рисунками, в том числе материалы, созданные на базе информационных технологий, раздаваемых обучающимся для самостоятельной работы на аудиторных занятиях и дома или демонстрируемые педагогом перед всем классом (группой). Использование дидактического материала способствует активизации образовательной деятельности обучающихся, экономии учебного времени [26].

Применением дидактического материала в процессе профессионального обучения достигаются следующие цели:

- самостоятельное овладение обучающимися материалом и формирование умений работать с различными источниками информации;
- активизация взаимодействия интеллектуальных и эмоциональных функций при совместном решении исследовательских (творческих) учебных задач;
- усиление мотивации обучения;
- развитие определенного вида мышления (наглядно-образного, теоретического, логического);
- активизация познавательной деятельности обучающихся;
- формирование умений самостоятельно осмысливать и усваивать новый материал;
- условные заменители, схемы и рисунки в дидактическом материале способствуют развитию творческого воображения, позволяют «опредметить» абстрактные понятия;
- самоконтроль и самокоррекция;

- контроль с обратной связью, с диагностикой ошибок (появление на компьютере соответствующих комментариев) по результатам деятельности и оценкой результатов;
- тренировка в процессе усвоения учебного материала;
- высвобождение учебного времени за счет выполнения на компьютере трудоемких вычислительных работ;
- формирование культуры учебной деятельности [8].

Учащиеся при анализе своей самостоятельной работы часто указывают на потребность в самоконтроле за этой работой, на необходимость в снабжении их развернутым комментарием всех сложностей, встречающихся при выполнении заданий, на затруднения в самостоятельной ориентации в теоретическом материале. В результате опроса, в частности, выяснилось, что некоторые учащиеся, не имея собранных в одном пособии всех необходимых им сведений, в поисках нужной информации чаще обращаются к преподавателю, чем к учебнику или грамматическому справочнику. Таким образом, возникает необходимость в создании специальных дидактических материалов, предназначенных для самостоятельной работы учащихся в ходе реализации проекта. Многие педагоги предпочитают использовать в своей деятельности дидактические материалы исключительно контролирующего характера. Учитывая то, что в основе любого проекта лежит, прежде всего, самостоятельная деятельность учащихся, а также то, что главное назначение дидактических материалов – использование их при самостоятельной работе, мы можем сделать вывод о том, что дидактические материалы в проекте должны играть несколько иную роль. Если это материалы контролирующего характера, то они должны обязательно предусматривать возможность самопроверки и самоконтроля. Система дидактических материалов в проекте должна также предполагать последовательное, поэтапное обучение учащихся различным приемам или способам учебной деятельности, а также использование заданий различного уровня (репродуктивного, преобразующего или творческого).

Современные информационные технологии позволяют разработчикам дидактических материалов оперировать таким комплексом вербальных и не-

вербальных средств, какого в их распоряжении никогда еще не было. Эти средства позволяют создавать эстетичные, увлекательные, познавательные, проблемные материалы и тем самым повысить мотивацию и познавательный интерес учащихся. Эта психолого-педагогическая составляющая дидактического материала направлена на привлечение внимания учащегося, поддержание познавательного интереса, активизацию его мышления, на формирование оценок описываемого, создает побудительные мотивы к углубленному изучению того или иного вопроса [20].

В задачу преподавателя входит помощь обучаемому наиболее полно овладеть знаниями и использовать их в решении практических задач.

В качестве наиболее значимых принципов обучения, реализуемых при разработке дидактических материалов, хотелось бы выделить следующие:

- принцип доступности (дидактические материалы подбираются учителем согласно достигнутого уровня учащихся);

- принцип самостоятельной деятельности (работа с дидактическими материалами осуществляется самостоятельно);

- принцип индивидуальной направленности (работа с дидактическими материалами осуществляется в индивидуальном темпе, сложность и вид материалов может подбираться также индивидуально);

- принципы наглядности и моделирования (поскольку наглядно-образные компоненты мышления играют исключительно важную роль в жизни человека, использование их в обучении оказывается чрезвычайно эффективным);

- принцип прочности (память человека имеет избирательный характер: чем важнее, интереснее и разнообразнее материал, тем прочнее он закрепляется и дольше сохраняется, поэтому практическое использование полученных знаний и умений, являющееся эффективным способом продолжения их усвоения, в условиях игровой (моделирующей) компьютерной среды способствует их лучшему закреплению);

- принцип познавательной мотивации;

- принцип проблемности (в ходе работы учащийся должен решить конкретную дидактическую проблему, используя для этого свои знания, умения и навыки; находясь в ситуации, отличной от ситуации на уроке, в новых практических условиях он осуществляет самостоятельную поисковую деятельность, активно развивая при этом свою интеллектуальную, мотивационную, волевую, эмоциональную и другие сферы) [8].

Основные требования к дидактическому материалу

Необходимо:

- выбрать последовательность знакомства с информацией;
- дать учащемуся подробные советы о порядке самостоятельной работы и самоконтроле;
- структурировать материал таким образом, чтобы была обеспечена зрительная наглядность для сравнений и сопоставлений.

Виды дидактического материала

Перечислим основные виды дидактических материалов, применяемых при изучении экономических дисциплин. Вид дидактического материала и его дидактическое назначение представим в виде следующей таблицы (таблица 1)

Таблица 1 Дидактические материалы и их назначение

Вид дидактического материала	Назначение
1	2
Дидактические тексты	Обучение студентов работе с различными источниками информации (учебными пособиями, картами, справочниками, словарями, электронными ресурсами и т.д.)
Памятки (инструкции), Справочные материалы	Формирование логических операций мышления: сравнение, обобщение, классификация, анализ, синтез.
Задания	Задания по формированию умений сравнивать, анализировать, доказывать, устанавливать причинно-следственные связи, обобщать. Задания с проблемными вопросами.

1	2
Инструктивные карточки, Карточки-консультации, дидактические материалы с поясняющими рисунками.	Пояснение логической схемы изучения нового материала и необходимые способы учебной работы, пояснение плана выполнения заданий, с указанием типа задач и пр.
Алгоритм выполнения задания.	Указание причинно-следственных связей, необходимых для выполнения задания. Указание экономических законов, формул, на основании которых выполняется задание. Модели и имитация изучаемых или исследуемых экономических процессов или явлений.
Тесты	Контроль и самоконтроль

Требования, предъявляемые к дидактическим материалам перечислим в таблице 2.

Таблица 2 Требования к дидактическим материалам

Требование к дидактическому материалу	Обоснование данного требования
Развитие мыслительных способностей	Следует развивать исследовательские способности, умение решать проблемы, анализируя разные варианты и выбирая из них оптимальный вариант. Необходимо обращать внимание и на развитие таких мыслительных операций, как анализ, синтез, умение выделять более и менее существенное, классифицировать полученные данные.
Возбуждение интереса студента	Материал должен быть интересным. Если материал не интересен студентам – эффективность его применения будет нулевой. Отсутствие интереса к дидактическому материалу свидетельствует от недостаточной подготовке к его применению.
Вариативность	Когда учебный материал и виды деятельности разнообразны, интересны учащимся, процесс обучения проходит увлекательно и эффективно.
Использование эффекта опережения	Учебный материал должен быть сложнее того, которым студент может легко овладеть. Задания выполняются учащимися самостоятельно, а преподаватель может сориентировать, объяснить, показать.

1.2 Значение раздаточного материала в обучении экономическим дисциплинам

Раздаточным материалом считается материал, который непосредственно предоставляется каждому студенту отдельно. Раздаточным материалом при обучении экономическим дисциплинам могут служить: карты, схемы, графики, статистические таблицы, тексты выступлений, статьи, билеты с индивидуальными заданиями.

Использование раздаточных материалов на занятиях по экономическим дисциплинам обосновано для достижения следующих целей:

- способствовать самостоятельности студентов при изучении лекционного материала;
- визуализировать материал лекций;
- индивидуализировать контрольные и самостоятельные работы;
- обеспечить учащихся необходимым и недостающим теоретическим материалом, статистическими данными [21].

Приведем классификацию раздаточных материалов при преподавании экономических дисциплин (таблица 3).

Таблица 3. Классификация раздаточных материалов по назначению

Назначение раздаточного материала	Формы представления	Способы использования
Обеспечить наглядность материала лекций	Схемы, таблицы, рисунки, графики, диаграммы.	Раздача материалов перед началом лекции, использование для иллюстрации лекционного материала при объяснении материала.
Самостоятельное изучение нового материала	Схемы, таблицы, рисунки, графики, диаграммы, научные статьи.	Раздача материалов каждому студенту индивидуально в зависимости от интересующей студента проблематики.
Контроль знаний	Карты с заданиями, статистические таблицы.	Раздаются перед началом процедуры контроля. При этом студенты не знают о содержании заданий.

Таким образом, мы выделили три основных случая, в которых целесообразно прибегнуть к использованию раздаточного материала.

1.3 Требования к раздаточному материалу

Требования, предъявляемые к раздаточному материалу можно разделить на такие группы:

- требования к содержанию;
- требования к оформлению;
- требования к использованию раздаточного материала.

Рассмотрим требования к содержанию раздаточного материала:

Первым требованием относительно содержания раздаточного материала является его доступность. Доступность проявляется в легкости интерпретирования студентом самого содержания. Для того, чтобы материала был доступен для понимания, должны присутствовать все необходимые обозначения. При этом обозначения должны быть также знакомы учащемуся.

Второе требования к содержанию – это лаконичность материала. Данное требование проявляется в наиболее кратком отражении той или иной ситуации или явления при использовании раздаточного материала. Если материал раздаточного материала будет очень громоздким, то студенты затратят много времени на изучение самого представления материала и могут отвлечься от темы лекции.

Третье требование к содержанию раздаточного материала – это актуальность. Так, материал, который предоставляется студенту должен строго соответствовать теме занятия. Несоблюдение данного требования приведет к распылению внимания студентов на вопросах, которые не связаны непосредственно с изучаемыми явлениями [26].

Раздаточный материал должен быть выполнен с учетом принципа наглядности. Принцип наглядности - один из самых известных и интуитивно понятных принципов обучения, использующийся с древнейших времен. Закономерное обоснование данного принципа получено сравнительно недавно.

Практика обучения выработала большое количество правил, раскрывающих применение принципа наглядности. Напомним некоторые из них, которые в наибольшей степени важны при разработке раздаточного материала:

- нельзя ограничиваться только наглядностью, наглядность не цель, а средство обучения, развития мышления учащихся;

- следует использовать наглядность не только для иллюстрации, но и в качестве самостоятельного источника знаний для создания проблемных ситуаций. Современная наглядность позволяет организовать эффективную поисковую и исследовательскую работу учащихся;

- наглядные пособия способствуют образованию наиболее отчетливых и правильных представлений об изучаемых предметах и явлениях;

- необходимо следить за тем, что наблюдения учащихся были систематизированы и поставлены в отношении причины и следствия независимо от порядка, в котором они наблюдались;

- применяя наглядные средства, рассматривайте их с учащимися сначала в целом, потом - главное и второстепенное, а затем - снова в целом;

- нельзя использовать различные виды наглядности, это рассеивает внимание учащихся и мешает воспринимать главное.

- применяя наглядные средства, необходимо воспитывать у учащихся внимание, наблюдательность, культуру мышления, конструктивное творчество, интерес к учению;

- необходимо помнить, что в условиях кабинетной системы обучения возможности использования наглядности расширяются: это требует вдумчивого отношения к ней, внимательного планирования и тщательной дозировки;

- необходимо помнить, что наглядность – сильно действующее средство, которое при невнимательном или неумелом использовании может увести учащихся от решения главной задачи, подменить цель ярким средством;

- при чрезмерном увлечении наглядностью, она становится препятствием на пути глубокого овладения знаниями, тормозом развития абстрактного мышления, понимания сущности общих и всеобщих закономерностей [19].

Выводы по первой главе:

В первой главе исследования рассмотрены теоретические основы применения дидактических и раздаточных материалов. Определено значение раздаточного материала в обучении экономическим дисциплинам.

Описаны требования, предъявляемые к раздаточным материалам.

2. Методика применения дидактического и раздаточного материала

2.1 Особенности использования раздаточного материала на занятиях теоретического обучения

Одной из проблем преподавания является такой вопрос: на какого учащегося ориентироваться на теоретических занятиях, семинарах на сильного, среднего или слабого? От решения данного вопроса зависит подход к подготовке раздаточного материала:

1) либо раздаточный материал будет упрощать материал теоретического занятия, при этом будут опускаться некоторые важные моменты, но материал будет максимально доступен для учащегося. В этом случае дидактический материал будет рассчитан на слабого учащегося;

2) либо раздаточный материал будет развивать познавательные способности учащегося, заставляя его размышлять, сопоставлять, анализировать. Этот подход рассчитан на сильного учащегося;

3) возможен некоторый средний вариант, когда некоторые сложные моменты теоретического материала будут несколько упрощены, только для того, чтобы большая часть учащихся получила представления о изучаемом явлении или процессе. При этом важно не упустить особенно важные элементы теоретического материала. Этот подход рассчитан на среднего учащегося [8].

Требования методик преподавания гласят, что по содержанию теоретическое занятие должно быть на высоком теоретическом уровне, а по форме доступной всем. Это также касается и раздаточного материала, так как этот материал является элементом теоретического материала.

Главное в профессиональном обучении заключается не в том, чтобы запомнить полученную информацию, а в том, чтобы понять содержание, осмыслить эту информацию, научиться анализировать практику и т.д.

Теоретические занятия, не требующие активной работы учащихся, создают видимость простоты и чрезвычайной доступности материала, притупляют их активность и т.д.

Использование раздаточного материала дает возможность отразить проблемные ситуации, которые заставляют учащихся думать. В свою очередь, создание определенных трудностей в учебе мобилизует способности учащихся.

Популяризация может распространиться на форму, но не содержание. Нужно исходить из того, что преподавание в своеобразной форме должно как бы имитировать исследовательский процесс, ставить и решать проблемы и решать вместе с учащимися, создавать проблемные ситуации.

Следовательно, в разработке раздаточного материала ориентироваться необходимо на среднего или на сильного учащегося. При этом, для сильного учащегося возможна разработка индивидуального раздаточного материала, который бы соответствовал научным интересам такого учащегося.

При разработке раздаточного материала к занятиям по экономическим дисциплинам, преподаватель должен применять творческий подход, так как именно творческий подход – неременное условие для развития творческого подхода в изучении экономических наук со стороны учащегося так творчество преподавателя возбуждает и творчество учащегося. Развивать же творческий подход учащегося к изучению экономических наук – это значит добиваться превращения его знаний в личные убеждения, способствовать воспитанию специалиста как проводника экономической политики нашего государства [1].

*Использование дидактического материала на теоретических занятиях
по дисциплине «Экономика предприятия»*

Рассмотрим использование дидактического материала в процессе теоретического занятия по предмету «Экономика предприятия».

Комплект информационно-наглядного материала является вспомогательным при изучении курса "Экономика предприятия".

Может использоваться как преподавателями при объяснении соответствующей темы, так и учащимися при самостоятельном материала или при решении практических ситуаций [9].

Весь материал разбит на семь тем, являющихся основными при изучении предмета "Экономика предприятия" в рамках среднего профессионального образования.

По каждой теме обязательно представлены определения ключевых понятий, по необходимости показаны состав и структура экономических категорий, формулы нахождения экономических показателей.

Предприятие – основной субъект экономики. Предприятие – обособленный технико-экономический и социальный комплекс, предназначенный для создания полезных общественных благ (таблица 4).

Таблица 4 - Виды предприятий

По сферам деятельности	По номенклатуре выпускаемой продукции	В зависимости от размеров
Предприятия материального производства	Специализированные	Малые предприятия (до 50 человек)
Предприятия нематериального производства	Многопрофильные	Средние предприятия (до 250 человек, иногда до 500 человек)
Посреднические предприятия		Крупные предприятия (более 500 человек)

Основные цели хозяйственно-финансовой деятельности предприятий:

1. Получение и максимизация прибыли.
2. Снижение затрат на производство.
3. Удовлетворение запросов потребителей.
4. Расширение номенклатуры выпускаемой продукции.

Стоимостные показатели производственного предприятия

Валовый оборот

$$BO = ГП + ИФ_{общ} + (НП_{к.г.} - НП_{н.г.}) + P_{пр} + КР$$

Товарная продукция

$$ТП = ТП + ПФ_{отп.} + P_{пр} + КР$$

Реализованная продукция

$$РП = ТП + ГП_{н.г.} - ГП_{к.г.}$$

$$\text{Чистая продукция} \quad ЧП = ВП - С$$

Валовая продукция

$$BO = ГП + (ПФ_{общ} - ПФ_{пр}) + (НП_{к.г.} - НП_{н.г.}) + P_{пр} + КР$$

где $ГП_{н.г.}$, $ГП_{к.г.}$ - готовая продукция на начало и конец года;

$НП_{н.г.}$, $НП_{к.г.}$ - незавершенное производство;

$ПФ_{общ}$, $ПФ_{пр}$, $ПФ_{отп.}$ - полуфабрикаты всего, используемые в собственном производстве, отпущенные на сторону;

$P_{пр}$ - работы промышленного характера;

КР - капитальный ремонт собственного оборудования;

С - затраты на производство продукции (себестоимость).

Основные фонды (средства)

Основные фонды - это средства труда, которые многократно участвуют в производственном процессе, сохраняя свою натурально-вещественную форму, и переносят свою стоимость на готовый продукт по частям по мере износа (таблица 5).

Таблица 5 - Структура основных фондов

Производственные основные фонды	Непроизводственные основные фонды
Являются основными средствами производственно-технического процесса (производственные цеха, административные здания, сооружения, передаточные устройства, транспорт, машины, оборудование и др.)	Выполняют социально-бытовые и культурные функции (общежития, столовые, профилактории, дома отдыха, дома культуры и пр.)

Виды оценок ОФ:

1. **Первоначальная стоимость** - формируется в момент вступления объекта в эксплуатацию, т.е. это цена приобретения, затраты на перевозку, монтаж, проценты за кредит и др.

2. **Восстановительная стоимость** — стоимость объекта после переоценки.

3. **Остаточная стоимость** - стоимость ОФ за минусом износа, т.е. еще не перенесенная на готовую продукцию.

4. **Ликвидационная стоимость** — стоимость реализации ОФ (списание, реализация по запчастям, сдача во вторичное сырье и пр.)

Показатели использования ОФ:

1. **Фондоотдача** - показывает объем готовой продукции в натуральном или денежном выражении, приходящийся на 1 тенге стоимости основных фондов:

$$\Phi_o = \frac{Q_{a.n.}}{O_{\text{фср}}}$$

где $Q_{a.n.}$ - объем готовой продукции

$O_{\text{фср}}$, - среднегодовая стоимость основных фондов

2. **Фондоёмкость** - отражает величину ОФ в денежном выражении, приходящуюся на величину годового выпуска готовой продукции в натуральном и денежном выражении:

$$\Phi_{\text{ем.}} = \frac{O_{\text{фср. г}}}{Q_{e.n}}$$

3. **Фондоторуженность труда** - это показатель, который характеризует величину ОФ предприятия, проходящуюся на одного среднесписочного работника:

$$\Phi_{\text{в.}} = \frac{O_{\text{фср. г}}}{N_{\text{ср}}}$$

4. Коэффициент интенсивности:

$$KM = \frac{K_{м.ф}}{K_{м.п}}$$

где $K_{м.ф}$ - фактическая мощность;

$K_{м.п}$ - установленная мощность.

5. Коэффициент загрузки - показывает степень использования оборудования во времени:

$$K_{заг} = \frac{T_{ф}}{T_{к}}$$

где $T_{ф}$ - фактическое время работы;

$T_{к}$ - календарный фонд загрузки оборудования.

Оборотные средства предприятия

Оборотные средства - это предметы труда, которые целиком потребляются в производственном цикле и переносят свою стоимость на готовый продукт. Стоимость оборотных средств возмещается после каждого производственного цикла (Таблица 6)

Таблица 6 - Структура оборотных средств

Оборотные средства		Фонды обращения
Производственные запасы	средства в производстве	
- основные и вспомогательные материалы	- незавершенное производство'	- средства в расчетах (дебиторская задолженность)
- полуфабрикаты, конструкции и детали, запасные части	- расходы будущих периодов	Денежные средства
- прочие материалы		- готовая продукция
Нормируемые (оборотные производственные средства)		Ненормируемые (средства обращения)

Кругооборот оборотных средств: Д – Т – П – Т – Д

Нормирование оборотных - это разработка норм запасов материалов, сырья.

Текущие запасы можно рассчитать по формуле:

$$Z_m = M * n,$$

где Z_m - текущие запасы,

M - среднедневная потребность материалов;

n - число дней между двумя поставками.

Показатели оборачиваемости оборотных средств:

1. **Коэффициент оборачиваемости:**

$$K_o = \frac{TR}{OC}$$

где K_o - число оборотов;

TR - выручка предприятия (доходы);

OC - средняя стоимость оборотных средств.

2. **Длительность одного оборота (в днях):**

$$T_{об} = \frac{T_{дн}}{K_o}$$

где $T_{об}$ - время обращения (дней);

$T_{дн}$ - количество календарных дней в периоде

3. **Показатели высвобождения (привлечения) оборотных средств:**

$$B(\Pi) = \frac{TR1 (T_{об1} - T_{об2})}{T_{\Pi}}$$

где $B(\Pi)$ - показатель высвобождения (привлечение);

$T_{об1}$ и $T_{об2}$ - длительность одного оборота в текущий и плановый период .

Сдельная форма оплаты труда - используется при оплате труда за выполненный объем работы.

Повременная форма оплаты труда - заработная плата начисляется по тарифной ставке (окладу) фактически отработанное время.

Бестарифная форма оплаты труда - оплата труда производится по балльной системе с учетом уровня квалификации.

Контрактная форма оплаты труда - наиболее прогрессивная форма, учитывает все стороны правовой ответственности работника и работодателя (Таблица 7).

Таблица 7 - Формы и системы оплаты труда

Сдельная	Повременная	Бестарифная
- прямая сдельная (простая) - сдельно-премиальная - косвенно-сдельная - аккордная - сдельно-прогрессивная	- простая повременная - повременно-премиальная	Контрактная - является разновидностью бестарифной

Издержки производства

Издержки производства (С) - это затраты производственных факторов, используемых для реализации продукции.

Издержки производства бывают:

Бухгалтерские (явные) - фактически полученные и издержки в процессе производства и реализации.

Экономические (неявные) - издержки, которые предприятие могло бы не иметь в случае выбора альтернативного варианта.

Экономические издержки - это сумма бухгалтерских и неявных издержек.

Структура издержек:

Постоянные издержки (FC) — не зависит от объема производства и имеет место даже в том случае, если продукция на предприятии не производится.

Переменные издержки (VC) - зависят от объема произведенной продукции, возрастают или уменьшаются при росте или снижении объемов. К

ним относятся: зарплата производственных рабочих, затраты на сырье, материалы, топливо, транспортные расходы и др. Сумма переменных и постоянных затрат представляют собой общие издержки производства (ТС):

$$TC = FC + VC$$

Средние издержки (АС) - это есть отношение общих затрат к объему произведенной продукции, т.е. это затраты на единицу выпускаемой продукции:

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

где Q - объем производства.

Средние затраты можно определить как сумму средних постоянных издержек (AFC): $AC = AFC + AVC$;

Средние постоянные издержки - это отношение постоянных затрат к объему производства:

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$

Средние переменные издержки - это отношение переменных затрат к объему производства:

$$AVC = \frac{VC}{Q}$$

Предельные издержки (МС) — это отношение приращения общих затрат приращению объема производства:

$$MC = \frac{ДТС}{ДQ}$$

Финансовые показатели предприятия

1. Прибыль

Прибыль - это конечный результат финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Определяется как разница между доходами и расходами.

Виды прибыли:

- **Прибыль от реализации продукции** - разница между выручкой от реализации и полной себестоимостью реализованной продукции:

$$П = TR - TC;$$

где П - прибыль,

TR - выручка от реализации;

ТС - полная себестоимость.

- Балансная прибыль:

а) Валовая прибыль - общая прибыль, получаемая как результат деятельности предприятия в целом. Включает прибыль от реализации продукции, других активов, положительную разницу между вне реализационными доходами и расходами прочую прибыль.

б) Чистая прибыль - прибыль за минусом корпоративного налога и других обязательных платежей.

2. Рентабельность

Рентабельность - относительный показатель доходности предприятия, выраженный в процентах (%). Уровень рентабельности показывает долю прибыли в доходе предприятия.

Виды рентабельности:

1. Рентабельность продукции:

а) по цене

$$Ru = \frac{Пч}{TR * 100\%}$$

где Пч - чистая прибыль (можно использовать прибыль от реализации продукции).

б) по себестоимости

$$R_u = \frac{Пч}{ТС*100\%}$$

Рентабельность продукции показывает размер прибыли на 1 тенге реализованной продукции.

2. Рентабельность производства:

$$R_{np} = \frac{Пв}{ПФ}$$

где Пв - валовая прибыль,

ПФ - производственные фонды.

$$ПФ = ОФ + ОС$$

где ОФ - основные производственные фонды,

ОС - оборотные средства (товарно-материальные запасы).

3. Рентабельность инвестиций - показывает эффективность использования инвестиций.

$$R_H = \frac{Пч}{Ин}$$

где Пч - чистая прибыль,

Ин - размер инвестиций.

2.2 Методика использования раздаточного материала для реализации методов активного обучения в преподавании экономических дисциплин

Активные методы обучения – методы, стимулирующие познавательную деятельность студентов. Они строятся в основном на диалоге, предполагающем свободный обмен мнениями о путях разрешения той или иной проблемы. Данные методы характеризуются высоким уровнем активности учащихся. Использование активных методов дает необходимым выпускникам практические навыки анализа ситуаций и оперативного нахождения решений, развивает способности аргументировать и четко излагать свои мысли.

Выделяют следующие формы активного обучения в преподавании экономических дисциплин:

- проблемные лекции,
- конференции по отдельным темам,
- анализ конкретных ситуаций,
- деловые игры,
- кроссворды,
- игровое проектирование и другие.

Несмотря на многие преимущества активных методов обучения, существует проблема практической реализации этих методов в преподавании экономических дисциплин [10].

Основной особенностью активных форм обучения является активное участие обучающихся. Роль преподавателя сводится к оказанию помощи студенту по мере продвижения через процесс занятий. Здесь наиболее эффективно использование раздаточного материала, соответствующего задачам и стадии каждой конкретной исследовательской задачи, поставленной перед студентами.

Еще до проведения занятий, использующих активные формы обучения преподаватель должен хорошо представлять себе, что происходит на каждой конкретной стадии учебного процесса, и делать обучение более эф-

фективным для студентов, при этом максимально полно использовать возможности раздаточного материала.

В частности, в процессе лекций и конференций по проблемным вопросам целесообразно использовать раздаточные материалы, которые будут вызывать наибольший познавательный интерес у учащихся, развивать их способности мыслить самостоятельно.

В анализе конкретных ситуаций целесообразно применять раздаточный материал, описывающий или иллюстрирующий каждую конкретную проблемную ситуацию, требующую разрешения.

В игровом проектировании и деловых играх целесообразно использовать материалы, которые облегчат работу учащегося по поиску необходимой информации для целей игрового проектирования или деловой игры. Но, следует обратить внимание на то, что раздаточный материал не должен представлять некоторый готовый ответ на тот или иной вопрос или задание, он должен представлять выдержки из необходимых источников.

Например, деловая игра может заключаться в имитации создания предприятия. При этом учащиеся могут быть разделены на группы, каждая из которых разрабатывает свое предприятие [19].

В задачи данной деловой игры должны входить следующие:

- анализ текущей ситуации и тенденций развития отрасли, в которой будет действовать предприятие.
- описание продукта (услуг) фирмы;
- определить форму организации предприятия,
- определить какие лицензии, патенты, специальные разрешения необходимы для открытия и функционирования данного предприятия;
- определить стратегию развития предприятия;
- определение целевого рынка предприятия;
- анализ влияния внешних факторов на развитие данного бизнеса;
- разработка маркетингового плана;
- разработка всех составляющих бизнес-плана предприятия.

В решении поставленных задач деловой игры целесообразно использовать такой раздаточный материал:

- распечатка актов законодательства, которые связаны с регулирование деятельности тех предприятий, которые будут разрабатываться в процессе деловой игры;

- статистические данные, экономические обзоры, которые позволят проанализировать развитие той или иной отрасли экономики, в которой должно функционировать предприятие;

- данные по заработной плате, стоимости того или иного оборудования, ценам и другие данные, связанные с разрабатываемыми предприятиями.

Таким образом, раздаточный материал должен являться источником информации, а не готовым решением для той или иной исследовательской задачи. Подготовка раздаточного материала должна быть максимально тщательной, чтобы на основании его содержания можно было наиболее точно решить все поставленные задачи.

Систематизация дидактических раздаточных материалов является условием обеспечения научного характера преподавания и максимальное сближение преподавания с уровнем развития науки

Для хранения раздаточного материала в кабинете экономики необходимо выделить отдельный шкаф, имеющий отделы для классификации раздаточных материалов по:

- дисциплинам;
- отдельным занятиям.

Методические рекомендации по проведению занятий

Конспект урока по теме: «Маркировка товаров»

Цели:

1. Познакомить с назначением торговых символов, этикеток, штрих-кода, информацией, которая в них заложена.
2. Учить разбираться в этой информации.
3. Научить определять гарантийность качества товара по штриховому коду.

4. Развивать умение работать со схемами, инструкционными картами, образцами (упаковками товаров).

5. Воспитывать грамотного покупателя.

Задачи: Научить учащихся разбираться в маркировке товаров.

Тип урока: Комбинированный

Методы обучения:

Оборудование и ТСО: компьютер, экран, презентации: «Маркировка товара», «Штриховой код»; образцы маркировок, этикеток, упаковок с нанесённым штрих кодом; таблица «Коды стран»; инструкционные карты «Штриховой код», «Определение гарантийности качества товара по штриховому коду»

Понятия: маркировка товаров, этикетка, штриховой код.

Ход урока:

1. Организационный момент.

2. Подготовка рабочих мест.

3. Постановка темы и учебной цели.

Знания, которые Вы получите на уроке, необходимы каждому человеку, совершающему покупки. Умение получать информацию о товаре из маркировок поможет свести к минимуму ваши ошибки при приобретении многих вещей и продуктов. Сегодня мы будем учиться быть грамотными потребителями и определим гарантийность качества товара по штриховому коду.

4. Повторение пройденного материала.

- Что такое информация о товарах?

- Из каких источников можно получить информацию о товаре?

- Какая должна быть информация?

- Что такое сертификат товара?

5. Новый материал.

Демонстрируется презентация «Маркировка товара».

Какую информацию несут различные символы на упаковке товара?

(Ответы учащихся.)

Покупая товары в упаковке, Вы, наверное, обращали внимание на то, что на них нарисованы различные символы; рюмочки, зонты, кружочки и т. д. *Знаете ли Вы о том, какую информацию они несут?* (Ответы учащихся.)

Весь этот комплекс обозначений, состоящий из текста, графических, цветовых символов, нанесённые на упаковку, ярлык или этикетку называется *маркировкой*. (Запись в тетради).

Маркировка товара обеспечивает потребителя комплексом необходимой ему товарной информации. Информационная функция маркировки является основной, кроме того, маркировка предназначена для идентификации товара, а также должна вызывать положительные эмоции у покупателя и мотивировать принятие им решения о покупке товара.

Товар маркируют текстом, краткой аннотацией, условным обозначением, рисунком и др. Различают производственную маркировку и торговую. Производственная маркировка может быть выполнена на ярлыках, вкладышах, этикетках, контрольных лентах и др. Торговая маркировка выполняется на ценниках, кассовых чеках, упаковочных пакетах и др.

Производственная маркировка может содержать условные обозначения или информационные знаки, которые требуют специальной расшифровки. В информационных знаках применяют также и общепринятые, легкоузнаваемые символы. К информационным знакам относятся товарные знаки, знаки соответствия или качества, манипуляционные, предупредительные, размерные, знаки наименования мест происхождения товара, эксплуатационные, экологические.

Как читать маркировку товаров?

Символы, которые встречаются на упаковке товаров и самих товаров:

1. Экологические символы

Нет, наверное, человека, который не заботился бы о своем здоровье. А как известно, наше здоровье во многом зависит от чистоты окружающей среды. Поэтому миллионы людей во всем мире стремятся приобретать экологически чистые продукты. *Но как их узнать в массе товаров на наших прилавках?*

Голубой ангел - экологически чистый продукт.

Зелёная точка - производство продукта экологически чистое, а отходы подлежат вторичной обработке.

Ресайклинг - предметы, поддающиеся переработке или получены из вторичного сырья.

Кролик - продукт не был опробован на животных.

2. Стандарты качества и безопасности

Выбрать то, что нужно, вам поможет маркировка - специальные значки, которые ставят организации, отвечающие за безопасность. Знак должен стоять на самом приборе, а не на какой-то его части. В России есть и свой собственный знак безопасности. Если на товаре стоит "МЕ" или «СЕ», это означает, что данный прибор соответствует требованиям безопасности.

Опасность для жизни и здоровья потребителя:

- товар токсичен;
- товар может вызвать раздражение;
- Внимание! Инфекционная опасность!

Что такое этикетка товара?

Этикетка - маленький представитель вещи.

Этикетка - ярлычок с фабричным, торговым клеймом, надписью.

Знаете ли Вы, какая информация содержится на этикетке вещей?

(Ответы учащихся.)

Этикетка содержит:

- название продукции;
- символ кампании производителя;
- состав;
- инструкции для пользователя.

Размерные знаки — знаки для обозначения физических величин (массы, объема), определяющих количественную характеристику товара.

К условному обозначению физической величины добавляется фактический размер этой величины в принятых единицах измерения (таблица 8).

Таблица 8 – Соответствие размеров

Российский размер	Обхват груди (см)	Обхват талии (см)	Обхват бедер (см)	Длина рукава (см)	Международный размер	Англия	США	Европа	Италия	Япония
38	76	58	82	58/60	XXS	4 30	0	32	36 0	3
40	80	62	86	59/61	XS	6 32	2	34	38 I	5
42	84	66	92	59/61	S	8 34	4	36	40 II	7
44	88	70	96	60/62	M	10 36	6	38	42 III	9
46	92	74	100	60/62	L	12 38	8	40	44 IV	11
48	96	78	104	61/63	XL	14 40	10	42	46 V	13
50	100	82	108	61/63	XXL	16 42	12	44	48 VI	15
52	104	86	112	61/63	XXXL	18 44	14	46	50 VII	17
54	108	90	116	61/63	XXXL	20 46	16	48	52 VIII	19
56	112	94	120	61/63	XXXL	22 48	18	50	54 IX	21
58	116	98	124	61/63	XXXL	24 50	20	52	56 X	23
60	120	100	128	61/63	XXXXL	26 52	22	54	58 XI	25
62	124	104	132	61/63	XXXXL	28 54	24	56	60 XII	27
64	128	108	136	61/63	XXXXL	30 56	26	58	62 XIII	29
66	132	112	140	61/63	5XL	32 58	28	60	64 XIV	31
68	136	116	144	61/63	5XL	34 60	30	62	66 XV	33
70	140	120	148	61/63	5XL	36 62	32	64	68 XVI	35

Так, для обозначения массы нетто применяется размерный знак E (от англ. exactly, нем. exakt - точно, равно).

Манипуляционные знаки - знаки, информирующие о способах обращения с товарами. Эти знаки наносят в основном на транспортную тару, реже - на потребительскую.

Экологические знаки информируют потребителя об экологической чистоте потребительских товаров, о способах использования или утилизации упаковки. Наиболее распространенный эко-знак — немецкий знак «зеленая точка» («Der grüne Punkt»).

Этот знак обозначает, что на упаковку распространяется гарантия ее возврата, приема и вторичной переработки.

Товарный знак - обозначение, по которому можно отличить товар одного производителя от другого. Товарный знак регистрируется патентным ведомством в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (Закон РФ «О товарных знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров» от 23.09.1992 г.). Товарный знак может быть графическим изображением, оригинальным названием, сочетанием букв, цифр или слов. Многие покупатели, приобретая товар, ориентируются на товарный (фирменный) знак. В нашей стране и за рубежом известны разные виды товарных знаков.

Изобразительный знак - обозначение в виде фигур, любых форм, пятен, линий на плоскости и в пространстве.

Звуковой - предназначен для восприятия органами слуха, но не относящийся к человеческой речи.

Объемный - имеющий вид трехмерного объекта; а также товарные знаки: комплексный, описательный, рельефный, простой, плоскостной, цветной, черно-белый.

Словесный товарный знак (логотип) - наиболее распространенный, его проще создать и воспроизвести. Он представляет собой сочетание букв или слов. Словесные товарные знаки: «Дары моря», пиво «Балтика», «Рот Фронт» (кондитерские товары).

Товарный знак - это как клеймо (бренд) продукции, он выделяет фирменные товары на рынке однотипных товаров, позволяет продавать их по ценам на 20—30% выше. Отсутствие товарного знака на товаре снижает цену на 10—20%.

По степени значимости товарные знаки подразделяются на обыкновенные и престижные. Престижный знак присваивается фирме за особые заслуги перед государством.

В России в 1997 г. было разработано положение о программе «Сто лучших товаров России». Предприятиям, имеющим такие товары присваивался знак лауреата конкурса «Сто лучших товаров России» (рисунок 1).



Рисунок 1 - Знак лауреата конкурса «Сто лучших товаров России»

Для повышения качества товаров был объявлен конкурс Премии Правительства Российской Федерации (рисунок 2). Это знак качества XXI века.



Рисунок 2 - Знак лауреата Премии Правительства Российской Федерации в области качества

В России разработана национальная программа по качеству товаров «Российская марка» (рисунок 3). Проводятся периодические выставки - конкурсы, в результате которых лауреатам конкурсов присваиваются престижные знаки: платиновый, золотой, серебряный и бронзовый.



Рисунок 3 - Знак лауреата конкурса «Российская марка»

Знаки качества присваиваются на два года. По истечении этого срока фирма должна подтвердить знак, или она лишается награды. Присваивает знаки качества Всероссийский центр испытаний и сертификации Госстандарта. Предприятие, номинированное на платиновый знак качества получает паспорт «Надежное предприятие Российской Федерации».

В маркировке используются компонентные знаки, например предназначенные для информации о пищевых добавках. Пищевые добавки применяются, чтобы улучшить некоторые потребительские свойства (внешний вид, сохраняемость товара, его консистенцию и т.д.) продуктов.

4. Состав продукта

Состав продукта указывается на этикетке. По закону вся информация о составе продукта должна быть на русском языке.

Какая информация содержится на этикетке продовольственного товара? (Ответы учащихся.)

Этикетка продовольственного товара: состав, масса (объем), калорийность, срок годности и хранения товара, дата выпуска товара, адрес изготовителя, индекс Е, штрих код.

Учащиеся изучают различные виды упаковок от разного вида товаров, этикетки, инструкции, паспорта с изделиями, определяя важнейшую для покупателей информацию: срок годности, правила эксплуатации, меры предосторожности и т.д.

На многих изделиях - от жевательной резинки до телевизора - Вы всегда увидите ряд цифр, а над ними - черные полосы разной ширины.

Что это за загадочные штрихи? (Приложение А) [16].

Картина с бумажной волокитой заметно изменилась с появлением штрих кода. И если наше время называют веком электроники и информатики, то штрих код-это поистине тоже изобретение века. Придумали штрих код американцы. Практическое использование началось в 60-х годах прошлого столетия.

Если бы штриховому коду надо было придумать девиз, он мог быть таким: «Скорость + надежность».

Штриховой код - это чёрные полосы с рядом цифр. Печатают штрих-код на упаковке при её изготовлении обычно чёрным, синим тёмно-зелёным или тёмно-коричневым цветом. (Запись в тетради.)

Штриховое кодирование

В основе технологии штрихового кодирования лежит способ кодирования информации графическим способом – штриховым кодом. Впервые штриховой код был придуман, как последовательность черных и белых полос (штрихов) и до сих пор линейные коды являются самыми распространенными. Вот одно из определений штрихового кода:

Штриховой код (штрихкод, штрих код) - это последовательность черных и белых полос, представляющих некоторую информацию в удобном для считывания технических средств виде.

Штрих-код - наверное, самая старейшая из всех технологий автоматической идентификации (рисунок 4).

Виды и стандарты штриховых кодов



Рисунок 4 – Образец штрих-кода

Линейными (обычными) штрих-кодами называются символика, читаемые в одном направлении (по горизонтали). Наиболее распространенные линейные коды: EAN (EAN-8 состоит из 8 цифр, EAN-13 — используются 13 цифр), UPC (UPC-A, UPC-E), Code39, Code128 (UCC/EAN-128), Codabar, «Interleaved 2 of 5». Линейные символика позволяют кодировать небольшой объём информации (до 20—30 символов, обычно цифр).

Все это - штриховые коды системы GS1, которые лежат в основе всемирной многоотраслевой коммуникационной системы, создание которой обеспечивается двумя крупнейшими специализированными международными организациями GS1 и AIM Global.

Штриховой код символика EAN/UPC, представленный семейством символов EAN-8, EAN-13, UPC-A, UPC-E, и Interleaved 2 of 5 предназначен для кодирования цифровой информации. Символика штрихового кода Code 128 (Код 128) и Code 39 (Код 39) позволяют кодировать не только цифровую информацию, но и данные, содержащие латинские буквы и специальные графические знаки. Названные стандарты линейных кодов на сегодняшний день являются самыми распространенными в рамках международной системы GS1(рисунок 5).



Рисунок 5 –Штрих-код

Двумерные штриховые коды - символика, разработанные для кодирования большого объема информации. Расшифровка такого кода проводится в двух измерениях (по горизонтали и по вертикали).

В отличие от традиционных линейных символов штрихового кода, которые позволяют представлять в символе штрихового кода короткую последовательность данных, являющуюся, как правило, ключом к записи во внешней базе данных, многострочные символика позволяют кодировать информацию в полном объеме. Кроме того, многострочные символика включают в себя специальные механизмы по сжатию данных (защите их от повреждения, связыванию информации), представленных в нескольких символах, в один большой файл; представлению различных наборов знаков в одном сообщении.

Двухмерные коды подразделяются на многоуровневые(stacked) и матричные(matrix). Многоуровневые штрихкоды появились исторически ранее, и представляют собой поставленные друг на друга несколько обычных линейных кодов. Матричные же коды более плотно упаковывают информационные элементы по вертикали.

В настоящее время разработано множество двумерных штрих-кодов, применяемых с той или иной широтой распространения. Вот некоторые из них: Aztec Code; Data Matrix; MaxiCode; PDF417; QR код; Microsoft Tag.

Регулирование и стандартизация

Присвоением штрихкодов занимается международная некоммерческая и неправительственная организация — Ассоциация EAN, созданная в 1977 году.

Ассоциация автоматической идентификации ЮНИСКАН / GS1 Russia как член GS1 является единственной организацией товарной нумерации — представителем GS1 на территории Российской Федерации. GS1 предоставила ЮНИСКАН / GS1 Russia право использования товарного знака «GS1» в Российской Федерации.

Наиболее часто пищевые добавки обозначаются индексом “Е” специалисты отождествляют как со словом Европа, так и со словами essbar / Edible, что в переводе на русский соответственно с немецкого и английского означает съедобный. Индекс “Е” в сочетании с трехзначным номером является синонимом сложного наименования конкретного химического вещества, являющегося пищевой добавкой. Присвоение конкретному веществу статуса пищевой добавки и трехзначного идентификационного номера с индексом “Е” имеет четкое толкование, подразумевающее, что:

- данное конкретное вещество проверено на безопасность;
- вещество может быть применено (рекомендовано) в рамках его установленной безопасности и технологической необходимости при условии, что применение этого вещества не введет потребителя в заблуждение относительно типа и состава пищевого продукта, в который оно внесено;
- для данного вещества установлены критерии чистоты, необходимые для достижения определенного уровня качества продуктов питания.

Число пищевых добавок, применяемых в производстве пищевых продуктов в разных странах, достигает сегодня 500, не считая комбинированных добавок, отдельных душистых веществ, ароматизаторов. В Европейском обществе классифицировано 296 пищевых добавок.

Классификация пищевых добавок:

- красители E100—182;
- консерванты E200 и далее (служат для продления сроков хранения продуктов);
- антиокислители E300 и далее (предохраняют продукты от порчи);

- стабилизаторы E400 и далее (сохраняют консистенцию пищевых продуктов);

- эмульгаторы E500 и далее (поддерживают структуру продуктов);

- усилители вкуса и аромата E600 и далее.

А также применяются подкислители, разрыхлители, глазури, газодытеснители (для продуктов в аэрозольной упаковке и др.).

В настоящее время каждая страна имеет нормативно утвержденный перечень разрешенных и запрещенных к применению пищевых добавок. Для потребителя очень важна информация о пищевых добавках на этикетке товара, так как от их присутствия в товаре возможны вредные последствия. В нашей стране перечень разрешенных добавок и их предельно-допустимых концентраций регламентируются «Медико-биологическими требованиями и санитарными нормами качества продовольственного сырья и пищевых продуктов» и «Санитарными правилами по применению пищевых добавок».

Маркировка продуктов питания должна содержать основные сведения:

- наименование продукта;

- сведения об изготовителе;

- стандарты, которым соответствует товар;

- информация о сертификации;

- срок годности и срок хранения;

- основные потребительские свойства (масса, объем, состав, включая пищевые добавки);

- пищевая ценность (калорийность);

- противопоказания к применению;

- условия хранения.

Маркировка должна соответствовать требованиям стандартов.

Требования к торговой маркировке устанавливаются «Правилами продажи отдельных групп продовольственных товаров», а также «Правилами розничной торговли».

Общие требования к маркировке:

- достоверность сведений: они не должны вводить покупателя в заблуждение относительно изготовителя, страны происхождения, количества и качества товара;

- доступность: информация должна быть на государственном языке или языке преобладающей части потребителей; информация должна быть понятной, используемые термины и определения не должны требовать пояснений и определений;

- достаточность информации: маркировка не должна быть неполной, но и излишняя информация может содержать бесполезные сведения, не вызывая интереса у потребителя.

Маркировка должна иметь четкий текст, быть наглядно и красочно оформлена.

Как кодируется информация товара?

Код продукции состоит из ряда цифр и штрихов над ними. Цифры - это товарный номер. Обычно он состоит из 13 цифр. А товары имеющие небольшие размеры, могут иметь короткий код состоящий из 8 цифр. Первые три означают код той страны, где выпущен товар. Следующие четыре указывают на производителя продукции – его порядковый номер в каталоге страны. И последняя цифра – это конкретное число, подтверждающее правильность самого кода.

Как расшифровать информацию о продукте?

Для этого есть специальные электронные считывающие устройства - сканеры, которые бывают самой разной формы, например, в виде карандаша или пистолета.

Где применяется штриховой код? (Ответы учащихся.)

Пример вычисления контрольной цифры для определения подлинности товара. Цифровой код: 4600433500175

1. Сложить цифры, стоящие на чётных местах

$$6+0+3+5+0+7=21$$

2. Полученную сумму умножить на 3

$$21 * 3 = 63$$

3. Сложить числа стоящие на нечётных местах, без контрольной цифры

$$4 + 0 + 4 + 3 + 0 + 1 = 12$$

4. Сложить числа, указанные в пунктах 2 и 3

$$63 + 12 = 75$$

5. Отбросить десятки: 5

6. Из 10 вычесть полученное в пункте 5

$$10 - 5 = 5$$

Вывод: Если полученная после расчёта (в пункте 6) цифра не совпадает с контрольной цифрой в штрих-коде, это значит, что товар произведён незаконно и не гарантирует качества.

6. Практическая работа.

Практическая работа: Определение пищевых добавок в продуктах.

Анализ и оценка выполненных работ.

- Что Вы будите учитывать при оценке работ?
- Поменяйтесь работами внутри группы и оцените их.
- Какие Вы поставили оценки? Какая общая оценка?
- Что получилось? Что не получилось?
- Учитель обобщает типичные ошибки учащихся.

7. Закрепление материала.

- Что такое маркировка товаров?
- Какие символы встречаются на упаковках товара?

- Что такое индекс E?
- Какая информация содержится на этикетке вещей?
- Какая информация содержится на этикетке товара?

8. Подведение итога урока.

Чему научились Вы сегодня на уроке?

9. Домашнее задание.

2.3 Экономическое обоснование проекта

Затраты, образующие себестоимость разработанной продукции (работ, услуг), или общая стоимость разработки и выполнения проекта. $C_{\text{общ}}$ определяются соотношением:

$$C_{\text{общ}} = C_1 + C_2 + C_3 + C_4 + A_0 \quad (2.1)$$

где C_1 - материальные затраты (стоимость материалов, использованных в проекте), руб;

C_2 - затраты на электроэнергию, руб.;

C_3 - затраты на оплату интеллектуального труда по разработке проекта, руб.;

C_4 - затраты на оплату труда рабочих, руб.;

A_0 - амортизационные отчисления за работу на станочном оборудовании учебных мастерских или компьютерных классов (амортизация оборудования), руб.

Показатели C_4 и A_0 не учитывались.

Расчет стоимости основных материалов C_1 представлен в таблице 9.

Таблица 9 - Затраты на материалы

№ п/п	Материалы	Стоимость за единицу (руб.)	Расход материала	Стоимость (руб.)
1	Бумага для принтера	0,4	60	24,0
2	Краска для принтера	0,6	1	600
ИТОГО:				624,0

Затраты на электроэнергию C_2 определяется исходя из мощности и времени работы оборудования, а также стоимости 1 квт·час потребляемой электрической энергии.

При работе использовались:

• **Искусственное освещение**

эл. лампочки мощностью 100 Вт, 0,1 кВт – 5 шт.

время работы 15 часов.

Стоимость 1 квт·час=3,6 руб.

Расходы за э/э=*потребл. мощн. x количество. отработ. часов. x стоимость квт·час*

$0,1 \text{ кВт} \cdot 5 \text{ шт.} \cdot 15 \text{ часов} \cdot 3,6 \text{ руб.} = 270 \text{ руб.}$

• **Оборудование:**

1) Персональный компьютер

Мощность 0,3 кВт

Время работы 15 часов

$0,3 \text{ кВт} \cdot 15 \text{ часов} \cdot 3,6 \text{ руб.} = 16,2 \text{ руб.}$

2) Принтер

Мощность 0,2 кВт

Время работы 0,5 часа

$0,2 \text{ кВт} \cdot 0,5 \text{ часа} \cdot 3,6 \text{ руб.} = 0,36 \text{ руб.}$

3) Сканер

Мощность 0,17 кВт

Время работы 2 часа

$0,17 \text{ кВт} \cdot 2 \text{ часа} \cdot 3,6 \text{ руб.} = 1,22 \text{ руб.}$

Затраты на электроэнергию составляют:

$$270 + 16,2 + 0,36 + 1,22 = 287,78 \text{ руб.}$$

Затраты на оплату интеллектуального труда по разработке проекта C_3 складываются из затрат на оплату труда научного руководителя проекта $C_{н.р.}$ и теоретической стоимости оплаты труда исполнителя проекта $C_{исп.}$

$$C_3 = C_{н.р.} + C_{исп.} \quad (2.2)$$

Оплата труда научного руководителя определяется по формуле:

$$C_{н.р.} = T_{н.р.} * t_{н.р.} = 100 \cdot 14 = 1400 \text{ руб.}$$

где $T_{н.р.}$ = тарифная ставка почасовой оплаты научного руководителя (100р/ч),

$t_{н.р.}$ = 14 часов – норма времени на руководство дипломной работой.

Теоретическая стоимость оплаты труда исполнителя $C_{исп.}$, определяется из соотношения:

$$C_{исп.} = T_{исп.} * t_{исп.}, \quad (2.3)$$

где $T_{исп.}$ = 6200 руб. - тарифная ставка оператора ЭВМ;

$t_{исп.}$ = 1 месяц - время работы исполнителя (студента-дипломника) над проектом согласно графика учебного процесса.

$$C_{исп.} = 6200 * 1 = 6200 \text{ руб.}$$

$$C_3 = 1400 + 6200 = 7600 \text{ руб.}$$

$$C_{общ} = 624 \text{ руб.} + 287,78 \text{ руб.} + 7600 = 8511,78 \text{ руб.}$$

Выводы по второй главе:

Во второй главе описана методика применения дидактического и раздаточного материала на занятиях по специальным дисциплинам. Предложена методика использования раздаточного материала для реализации методов активного обучения в преподавании экономических дисциплин. Выполнен экономический расчет.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результатом работы являются следующие выводы:

Дидактический материал – это особый тип учебных пособий, преимущественно наглядных: карты, таблицы, наборы карточек с текстом, цифрами или рисунками, в том числе материалы, созданные на базе информационных технологий, раздаваемых обучающимся для самостоятельной работы на аудиторных занятиях и дома или демонстрируемые педагогом перед всем классом (группой).

Применением дидактического материала в процессе профессионального обучения достигаются следующие цели:

- самостоятельное овладение обучающимся материалом и формирование умений работать с различными источниками информации;
- активизация взаимодействия интеллектуальных и эмоциональных функций при совместном решении исследовательских (творческих) учебных задач.
- усиление мотивации обучения.
- развитие определенного вида мышления (наглядно-образного, теоретического, логического).
- активизация познавательной деятельности обучающихся;
- формирование умений самостоятельно осмысливать и усваивать новый материал.
- условные заменители, схемы и рисунки в дидактическом материале способствуют развитию творческого воображения, позволяют «опредметить» абстрактные понятия.
- самоконтроль и самокоррекция;
- контроль с обратной связью, с диагностикой ошибок (появление на компьютере соответствующих комментариев) по результатам деятельности и оценкой результатов;
- тренировка в процессе усвоения учебного материала;

- высвобождение учебного времени за счет выполнения на компьютере трудоемких вычислительных работ;

- формирование культуры учебной деятельности;

Были определены основные требования к дидактическому материалу

- необходимо выбрать последовательность знакомства с информацией;

- дать учащемуся подробные советы о порядке самостоятельной работы и самоконтроле;

- структурировать материал таким образом, чтобы была обеспечена зрительная наглядность для сравнений и сопоставлений.

Первым требованием относительно содержания раздаточного материала является его доступность. Доступность проявляется в легкости интерпретирования студентом самого содержания. Для того, чтобы материала был доступен для понимания, должны присутствовать все необходимые обозначения. При этом обозначения должны быть также знакомы учащемуся.

Второе требования к содержанию – это лаконичность материала. Данное требование проявляется в наиболее кратком отражении той или иной ситуации или явления при использовании раздаточного материала. Если материал раздаточного материала будет очень громоздким, то студенты затратят много времени на изучение самого представления материала и могут отвлечься от темы лекции.

Третье требование к содержанию раздаточного материала – это актуальность. Так, материал, который предоставляется студенту должен строго соответствовать теме занятия. Несоблюдение данного требования приведет к распылению внимания студентов на вопросах, которые не связаны непосредственно с изучаемыми явлениями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Введение в научное исследование по педагогике [Текст] / Под ред. В.И. Журавлева. – М.: Просвещение, 2008. – 240 с.
2. Володина М.Н. Когнитивно – информационная природа термина. [Текст] / М.Н. Володина – М. Высшая Школа , 2014 - 84с.
4. Виды информационных технологий (предметные, обеспечивающие, функциональные) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://prepod2000.kulichki.net/item_282.html
5. Информационные технологии и их виды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://referat.resurs.kz/ref/>
6. Информационные и коммуникационные технологии в учебном процессе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ido.rudn.ru/nfpk/ikt/ikt5.html>
7. Картушов, В. К. Современные средства, методы и формы обучения. [Текст] : методические рекомендации в помощь преподавателю / В. К. Картушов. – Тамбов: ТОИПКРО, 2009.-32 с.
- 8.Кругликов, Г. И. Методика профессионального обучения с практикумом [Текст] : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г. И. Кругликов. – М.: Издательский центр «Академия», 2015. – 288 с.
- 9.Методика преподавания экономических дисциплин: Учеб. пособие [Текст] / Н. Хужаев, П.З. Хашимов, Т.Т. Джураев, О.Б. Гимранова. – Ташкент: Ташкентский финансовый институт, 2015. – 110 с.
- 10.Методика преподавания экономических дисциплин: Учебно-методический комплекс [Текст] / Н.П. Хвесеня, М.В. Сакович. – Минск: Белорусский государственный университет, 2006.
11. Михеева, Е. В. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Текст] : учеб. пособие для студ. проф. образования / Е. В. Михеева. – 6-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 384 с.

12. Михеева, Е. В. Практикум по информационным технологиям в профессиональной деятельности [Текст] : учеб. пособие для студ. сред. проф. образования / Е. В. Михеева. – 8-е изд., стер. – М: Издательский центр «Академия», 2008. – 256 с.
13. Научно-методическое обеспечение педагогической практики студентов [Текст] /Под ред. О.С. Гребенюка /Калинингр. ун-т. - Калининград, 2008. - 250 с.
14. Нерсесян, В. И. Производственное обучение по профессии «Бухгалтер малого предприятия» [Текст] : учебное пособие / В. И. Нерсесян, В. П. Митрохин, Д. К. Останин. – 2-е изд., стер. – М.: Академия, 2013. – 224 с.
15. Педагогическая технология освоения учащимися исследовательской деятельности: Учебно-методическое пособие [Текст] / Сост. С.В. Палецкий. – Омск: Омск. гос. ун-т, 2014. – 72 с.
16. Понятие информационных технологий, их виды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-201805.html>
17. Понятие информационных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://works.tarefer.ru/69/100182/index.html>
18. Проблемы и перспективы использования презентаций на учебных занятиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abitur.dovshu.ru/content/>
19. Подласый, И. П. Педагогика [Текст] : учеб. для студентов высших пед. учеб. заведений / И. П. Подласый – М.: Просвещение: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2006. – 432 с.
20. Сластенин, В. А. Педагогика [Текст]: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 576 с.
21. Смирнов, С. А. Педагогика: педагогические теории, системы, технологии [Текст] : учебное пособие / Под ред. С. А. Смирнова. – 4-е изд, исп. – М.: Академия, 2010. - 512 с.

22. Современные компьютерные технологии на уроках информатики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestreferat.ru/referat-198973.html>
23. Создание презентаций POWER POINT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/dir/cat32/subj183/file9509.html>
24. Старовиков М.И. Методология ученического экспериментального исследования [Текст] / М.И. Старовиков // Наука и школа. – 2010. – № 2. – С. 47.
25. Федеральный закон от 29.12.2012 №273 - ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
26. Эрганова, Н.Е. Методика профессионального обучения: учебное пособие для студ. высш. учеб.заведений / Н.Е. Эрганова. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 160 с. - ISBN 978-5-7695-5215-1.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Презентация «Штриховые коды»