**Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Калужской области**

**«Перемышльский техникум эксплуатации транспорта»**

**Научно-методическая разработка**

**Урок по МДК 01.01 «Организация коммерческой деятельности» с учетом диагностических данных учебной мотивации**

**преподаватель Карпушина Е.И.**

**С.Перемышль**

**2022 г.**

**Научно-теоретическое обоснование:**

Мотивация студента к учебной деятельности является одной из самых сложных педагогических проблем, которая играет большую роль в организации современного урока и учебного процесса в целом. В педагогике и психологии мотивация определяется как «система причин (факторов, условий), побуждающих человека к активной целенаправленной и продуманной деятельности». [1] Таким образом, мотивация - это основное средство, которое даст возможность повысить уровень заинтересованности к учебному процессу, позволяющее повысить личный и творческий потенциал.

Данные диагностического тестирования учебной мотивации по методике Н.В. Калининой и М.И. Лукьяновой на базе региональной инновационной площадки ГБПОУ КО «ПТЭТ» по группам КМ-2 и КМ-3[[1]](#footnote-1), изучающим МДК 01.01 «Организация коммерческой деятельности» показывают следующие результаты (рисунок 1):

- личностный смысл обучения[[2]](#footnote-2) (диагностический блок I) у 22% студентов находится на низком и сниженном уровнях, при этом почти треть - 30% показывают уровень выше среднего[[3]](#footnote-3);

- способность к целеполаганию (диагностический блок II) всего у 15% студентов выше среднего, при этом довольно много, 37% - имеют сниженную способность к целеполаганию[[4]](#footnote-4);

-иные мотивы обучения (диагностический блок III): внешние, социальные, учебные также находятся на высоком уровне у 48 % студентов, у 41 % - на среднем, у 11 % - на сниженном уровне[[5]](#footnote-5).

Общая мотивация к обучению[[6]](#footnote-6) у 41 % оказывается на высоком уровне, у 48% - на среднем, и у 11 % - на сниженном уровне.

Рисунок 1. Диагностика учебной мотивации в группах КМ-2 и КМ-3, сентябрь 2022 г.

Анализируя полученные данные, приходим к выводу, что необходимо более понятно и подробно давать студентам цели урока (самостоятельное целеполагание хромает) и использовать разноуровневые задания, чтобы студенты с разным уровнем мотивации могли почувствовать ситуацию успеха.

Разноуровневое обучение - это педагогическая технология организации учебного процесса, в рамках которого предполагается разный уровень усвоения учебного материала, то есть глубина и сложность одного и того же учебного материала различна в разных подгруппах (например, 3 уровня сложности), что дает возможность каждому обучающемуся овладевать учебным материалом на разном уровне, но не ниже базового, в зависимости от способностей и индивидуальных особенностей личности каждого обучающегося [2].

Исследования листков рефлексии после данного урока показали, что у 48% студентов появилось желание освоить более высокую ступень после успешного прохождения выбранного уровня. Тем самым происходит формирование мотивации к дальнейшему обучению.

**План урока по МДК 01.01 «Организация коммерческой деятельности»   
с учетом диагностических данных учебной мотивации**

**Специальность «38.02.04. Коммерция (по отраслям)»**

**Тема: «Формирование ассортимента и управление товарными запасами»**

**Цели урока:**

**Образовательная** – закрепление знаний и умений по изучению ассортиментной политики, принципов и особенностей формирования ассортимента на коммерческом предприятии, управление товарными запасами, их роли при формировании ассортимента в ТП;

**Воспитательная** – воспитывать чувство профессиональной ответственности при формировании ассортимента и управлении товарными запасами в торговом предприятии;

воспитание у обучающихся потребности в применении информационных технологий в профессиональной деятельности;

**Развивающая**

**–** развивать профессиональные компетенции в организации профессиональной деятельности ;

- развивать творческое мышление по организации работы;

- развивать внимательность, умения работать с дополнительной литературой, правильно выбирать источники необходимой информации;

- развивать умения анализа информации и обобщения;

Профессиональные компетенции

**ПК 1.1.** Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.

**ПК 1.2.** На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.

**ПК 1.3.** Принимать товары по количеству и качеству.

**ПК 1.4.** Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.

**ПК 1.5.** Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.

**ПК 1.7.** Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.

**ПК 1.8.** Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.

**ПК 1.9.** Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.

**ПК 1.10.**Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.

**ПК 3.**1Участвовать в формирование ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации.Определять номенклатуру показателей качества товаров.

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

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

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

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

**ОК 5** Использовать ИКТ в профессиональной деятельности

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

Подходы к обучению, реализуемые на уроке

|  |  |
| --- | --- |
| Подходы | Реализация подхода на уроке |
| Коммуникативный | Студенты вовлекаются в процесс обмена информацией |
| Личностно-ориентированный | Дифференциация учебных заданий (слабо успевающим и имеющим низкую мотивацию задание проще, сильным и мотивированным студентам сложнее для формирования ситуации успеха и дальнейшей мотивации) |
| Психологический | Преподавателем учитываются психологические особенности обучающихся |
| Частично-поисковый | Задания |
| Рефлексивный | Рефлексия по окончании урока (листок рефлексии) |

Дидактическое оснащение урока: ЦОРы - презентация лекции «Формирование ассортимента и управление товарными запасами», электронные тесты на сайте DOptet, онлайн-рулетка, алгоритм выполнения задания.

Продолжительность урока: 90 минут

Тип урока: комбинированный

Междисциплинарные связи - МДК.01.02 «Организация торговли», МДК 01.03 «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда», «Учебная практика»

Преподаватель помечает для себя студентов с низким уровнем мотивации литерой «Н», средним «С», высоким «В».

**Ход урока:**

**1. Организационный момент - 5 мин**

**2. Актуализация знаний - 20 мин (повторение предыдущей темы, тестовый опрос, подведение итогов по ответам)**

**3. Изучение нового материала : - 35 мин**

**(материал по презентации)-**

**4. Закрепление материала - 20 мин ( конспектирование, вопросы, задание)**

**5. Подведение итогов урока - 5 мин**

**6. Домашнее задание**

Преподаватель помечает в своем списке студентов значками: с низким уровнем мотивации «Н», средним «С», высоким «В».

**1. Организационный момент**

Приветствие, отметка отсутствующих, организация внимания и проверка готовности к уроку, психологический настрой на урок.

**2. Актуализация знаний** (повторение предыдущей темы):

Вступительное слово преподавателя. Постановка целей и задач урока.

Работа на этапе 2:

В группе «В» студенты получают вопросы для устного ответа (1-5), случайным образом определяют один вопрос из пяти (онлайн-рулетка) и готовят ответ в течение 2 минут.

Студенты группы «Н» и «С» получают ссылку для выполнения теста «Понятие, сущность, характеристика ассортимента» и выполняют его в электронном виде (результат видят сразу, так как все вопросы – автоматической проверки). Набирают от 0 до 8 баллов.

Через 3 минуты – устный опрос студентов группы «В» (готовность к ответу – поднятая рука). Ответивший студент переходит на работу по тесту (ссылка). Дополнения к неполному ответу (готовность дополнить – поднятая рука) – 1 балл. Дополнять могут все студенты - «Н», «С», «В».

В результате дифференцированной работы студент набирает определенное количество баллов (устный ответ до 5, тест до 8, + дополнения)

**Вопросы для устного ответа**

**1. По каким признакам различаются товары (полный ответ 4 балла):**

-по функциональному назначению (на классы- швейные товары, культтовары, обувные товары)

- товары определенного класса, имеющие сходный состав потребительских свойств образуют группы ( верхняя одежда, игрушки, молочные продукты)

- товары определенной группы, объединенные общим названием и назначением образуют виды (костюмы, телевизоры, колбасы)

-товары определенного вида, выделяемые по ряду частных признаков (модели, артикулы, сорта) образуют разновидности

**2. Понятие «ассортимент» (полный ответ 2 балла):**

-Набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков

**3.В чем разница между промышленным ассортиментом и торговым (полный ответ 3 балла):**

- Промышленный ассортимент вырабатывается отдельной отраслью промышленности или отдельным промышленным предприятием;

-Торговый представлен в сфере обращения, в розничной и оптовой торговле, гораздо шире промышленного

**4.Назовите характеристики ассортимента (полный ответ 2 балла):**

-Широта, глубина, устойчивость(стабильность),полнота, структура, степень обновления ассортимента.

**5.Как эти характеристики измеряются количественно (полный ответ 5 баллов):**

-Широта характеризуется абсолютными показателями, т.е. количеством имеющихся товарных позиций;

-Глубина произведение количества предлагаемых видов(групп) товаров на количество разновидностей в каждой группе;

-Устойчивость определяют отношением суммы фактического количества реализуемых разновидностей товаров к товарам по ассортиментному перечню;

-Полнота ассортимента рассчитывается как устойчивость

-Структура ассортимента – удельный вес, % доля товарных групп, видов, разновидностей в суммарной их величине;

-Степень обновления ассортимента характеризует удельный вес новых, ранее не продаваемых товаров, в общем их количестве.

**6.Что показывает структура ассортимента (полный ответ 2 балла):**

-Долю отдельных товарных групп, видов, разновидностей товара в общей их сумме

**Тест для повторения материала по теме «Понятие, сущность, характеристика ассортимента» (каждый правильный ответ 1 балл)**

**1. Дайте понятие торгового ассортимента товаров?** а) совокупность видов, разновидностей и сортов, объединенных по определенному признаку; б) совокупность изделий, выпускаемых предприятием; в) совокупность товаров, реализуемых в торговой сети с учетом ее специализации.

**2. С учетом « сложности » какой различают ассортимент?** а) простой и сложный; б) промышленный и торговый; в) комбинированный и смешанный.

**3. Назовите ассортимент по широте охвата товаров?** а) групповой, видовой, внутривидовой, развернутый, сопутствующий; б) удовлетворенный, неудовлетворенный ; в) рациональный, оптимальный.

**4. Назовите виды ассортимента по степени удовлетворения потребителей?** а) рациональный, оптимальный; б) простой, сложный; в) развернутый, сопутствующий.

**5. Что представляет собой маркетинг в торговле?** а) налаживание коммуникаций, создание служб сервиса; б) изучение рынка , анализ спроса, прогноз продаж, обеспечение наиболее полного удовлетворения общественных потребностей; в) установление ценовой политики, требований к качеству товара, определение гарантий.

**6. Что такое структура ассортимента?** а) это процентное соотношение определенных совокупностей товаров к их общему количеству; б) это набор нескольких групп товаров разного назначения, связанных общностью спроса; в) это совокупность продовольственных и непродовольственных товаров различных групп.

**7. Чем характеризуется структура ассортимента?** а) широтой, глубиной, устойчивостью; б) широтой, длиной, высотой; в) товарной маркой , фирменной упаковкой.

**8. Назовите этапы в жизненном цикле продукции?** а) рост объема продаж, сезонность, провал; б) разработка и внедрение на рынок, рост, зрелость, спад; в) насыщение, стабильность, конкуренция.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ вопроса** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** |
| **Правильный ответ** | **в** | **а** | **а** | **а** | **б** | **а** | **а** | **б** |

**3. Содержательная часть урока: - 35 мин**

**(материал по презентации):**

**Слайд №1 Формирование ассортимента:**

* - это определенный подбор товарных групп, которые должны соответствовать покупательскому спросу и способствовать его наиболее полному удовлетворению.
* При грамотном формировании ассортимента увеличиваются объемы продаж, повышается скорость товарного обращения, увеличиваются объемы получаемых доходов и прибыли.

**Слайд №2 Принципы формирования:**

* - это определенный подбор товарных групп, которые должны соответствовать покупательскому спросу и способствовать его наиболее полному удовлетворению.
* При грамотном формировании ассортимента увеличиваются объемы продаж, повышается скорость товарного обращения, увеличиваются объемы получаемых доходов и прибыли.

**Слайд №3 Особенности формирования ассортимента в ТП:**

* Оптовая торговля:
* -укрупненный ассортимент;
* -развернутый ассортимент;
* -ассортиментный перечень товаров.
* -Розничные ТП:
* -влияние внешних факторов(спрос, товарное предложение);
* -влияние специальных факторов(условия работы,тип, размер, МТБ РТП)

**Слайд №4 Этапы формирования ассортимента в РТП:**

* - определение профиля РТП;
* - разработка структуры группового ассортимента;
* - определение развернутого ассортимента, подбор конкретных разновидностей товаров.

**Слайд № 5 Товарные ресурсы:**

* - это совокупность товаров , продукции поступающих из всех источников (производимые в стране, закупаемые по импорту),для продажи, снабжения, переработки, создания товарных запасов

**Слайд №6 Товарные запасы:**

* - это часть товарного обеспечения, совокупность товарной массы в процессе движения ее из сферы производства к потребителю.
* -образуются на всех стадиях движения товаров:на складах ПП,в пути, на складах ОП,РТП

**Слайд №7 Факторы образования ТЗ:**

* -сезонные колебания в производстве и потреблении товаров;
* -несоответствие между производственным и торговым ассортиментом;
* - особенности территориального размещения производства;
* -условия транспортировки;
* - звенность товародвижения;
* -возможности для хранения

**Слайд № 8 Признаки классификации ТЗ:**

* -местонахождение (варианты …)
* -сроки(…)
* -единицы измерения(абсолютные и относительные…)
* -назначение (текущее хранение, сезонное назначение, досрочный завоз, целевые
* товарные запасы)

**Слайд № 9 Размер товарных запасов:**

* *определяется объемом и структурой товарооборота торгового предприятия*
* *- Малые товарные* запасы привлекают менеджеров низкими расходами по их содержанию. Однако в условиях быстроменяющейся конъюнктуры торговли и под влиянием случайных факторов при малом запасе могут возникнуть перебои в торговле отдельными наименованиями товаров. Что в конечном итоге приведёт к утрате позиций в конкурентной борьбе, потерям в розничном товарообороте, потере возможных доходов и прибыли.

**Слайд №10 Размер товарных запасов:**

*Большие запасы* позволяют привлечь покупателей широким ассортиментом товаров, обеспечить регулярную, бесперебойную торговлю всеми наименованиями товаров. Вместе с тем большие запасы связаны с опасностями на предприятии: повышение расходов по их содержанию, замедление оборачиваемости средств, вложенных в товары. Возникает риск потери качества товаров при длительном хранении, устаревания фасона, модели, что в свою очередь может привести к трудностям сбыта, росту расходов, снижению прибыли.

**Слайд № 11 Размер товарных запасов:**

* *-Излишние запасы* вызывают дополнительные потери, увеличение потребности в кредитах и рост расходов по выплате процентов по ним, увеличение расходов по хранению запасов, что в совокупности ухудшает общее финансовое состояние торговых предприятий.

**Слайд 12 ВЫВОД**

* Таким образом, слишком малые и слишком большие размеры товарных запасов могут отрицательно сказаться на финансовых результатах торговой деятельности.
* *Поддержание оптимальной пропорции между величиной товарооборота и размерами товарных запасов - одна из важных задач торговых предприятий.*

**4. Закрепление материала - 25 мин**

1.Задание для фронтальной работы (20 минут): разработайте ассортимент товаров, продаваемых в магазинах с такой вывеской:

* «Чай-кофе»;
* «Кокетка» (женская одежда);
* « Верные друзья» (товары для животных) ;
* «Товары для красоты и здоровья»;
* «Все по 65».

При разработке необходимо учитывать:

- направления формирования ассортимента товаров, - факторы, влияющие на формирование ассортимента, - планирование ассортимента, - основные элементы планирования ассортимента, - рациональность структуры реализуемой продукции, - ассортиментная политика торгового предприятия, - цель ассортиментной политики, - искусство планирования, позволяющее получать прибыль от реализации товаров.

Каждый верно разработанный ассортимент – 4 балла. Студенты работают в собственном темпе. Тот, кто за 25 минут верно разработал ассортимент всех пяти магазинов, может заработать 20 баллов.

Примерные варианты для данных вариантов:

**Ассортимент товаров для магазина «Чай-кофе»:**

* чай: черный, зеленый, листовой, в гранулах и пр. (различных торговых марок);
* кофе: в зернах, молотый, растворимый (различных торговых марок);
* сахар: развесной, сахар-рафинад;
* кондитерские изделия: конфеты, печенье, пирожные, торты (в ассортименте);
* оригинальный чашки для чаепития (в ассортименте).

**Ассортимент товаров для магазина «Кокетка (женская одежда)»:**

* верхняя одежда: куртки, пальто (различных торговых марок и ценовых категорий);
* одежда для деловых встреч (различных торговых марок и ценовых категорий);
* вечерние туалеты (различных торговых марок и ценовых категорий);
* нижнее белье (различных торговых марок и ценовых категорий);
* косметика (различных торговых марок и ценовых категорий);
* парфюмерия (различных торговых марок и ценовых категорий).

**Ассортимент товаров для магазина «Верные друзья» (товары для животных) :**

* товары для ухода за животными (расчески, шампуни, средства для выведения и профилактики появления кожных насекомых);
* корм для животных (для попугаев, канареек, кошек, собак, рыбок, черепах);
* клетки для птиц, емкости для переноски животных, аксессуары для клеток и пр.;
* литература о животных.

**Ассортимент товаров для магазина «Товары для красоты и здоровья»:**

* средства по уходу за волосами (шампуни, кондиционеры-ополаскиватели, маски для волос, лак и пена для фиксации прически, краска для волос и пр. (различных торговых марок и ценовых категорий));
* средства по уходу за телом (мыло, гели для душа, пена для ванной и пр. (различных торговых марок и ценовых категорий));
* средства декоративной косметики (губная помада, пудра, тональный крем, лак для ногтей и пр. (различных торговых марок и ценовых категорий));
* парфюмерия (различных торговых марок и ценовых категорий));
* пищевые добавки (с различным функциональным назначением).

При разработке ассортимента товаров для магазина «Все по 65» учитываем, что все товары, предлагаемые в этом магазине, продаются по 65 руб.

**Ассортимент товаров для магазина «Все по 65»:**

* декоративная косметика: (губная помада, пудра, тональный крем, лак для ногтей и пр.;
* парфюмерия (туалетная вода, духи и пр.);
* галантерея (расчески для волос, карманные зеркальца и т.п.);
* средства по уходу за обувью (кремы, натирки, пропитки и пр.);
* средства бытовой химии (моющие средства для уборки, мытья посуды, стиральный порошок и пр.).

Для магазинов «Чай-кофе», «Кокетка», «Верные друзья», «Товары для красоты и здоровья» наиболее целесообразен групповой ассортимент, т. е. набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности. В качестве общего признака выступает функциональное назначение товаров.

Для магазина «Все по 65» характерен сложный ассортимент, т.е. набор товаров, представленных значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименованием товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах для покупателей с разным спросом.

2. **Два** **варианта теста (уровень 1 проще, чем уровень 2) в электронном виде**, выполнение 5 минут. Перед размещением убрать выделение правильного ответа. Каждый правильный ответ 1 балл. Студент сам выбирает, какой тест хочет пройти. При желании и времени студент может пройти оба теста. Опыт показывает, что:

- студенты группы «Н» выбирают тест уровня 1 и на этом останавливаются;

- студенты группы «С» выбирают тест уровня 2 и на этом останавливаются;

- студенты группы «В» стараются выполнить оба теста.

|  |  |
| --- | --- |
| **Уровень 1** | **Уровень 2** |
| 1. Является ли товар предметом коммерческой деятельности? **а) да, является**  б) нет  в) является в случае его производства | 1. Товары подразделяются: а) на группы, группы на классы, классы на виды б) на виды. виды на классы, классы на группы **в) на классы, классы на группы, группы на виды** |
| 2. Классы товаров выделяют: **а) по сырьевому составу** б) по срокам реализации в) по функциональному назначению | 2. Как доля отдельных товарных групп в общем объеме называется? **а) структура ассортимента** б) номенклатура продаваемых товаров в) часть товарного предложения |
| 3. Ассортимент товаров имеет значение с точки зрения качества обслуживания населения?  а) нет, т.к качество обслуживания обеспечивает персонал **б) да, т.к. ассортимент предоставляет свободу выбора товаров** в) имеет в тех случаях, когда ассортимент является универсальным | 3. Существует ли различие между понятиями « промышленный ассортимент» и « торговый ассортимент»? а) да, в первом случае - это номенклатура производства ( продукция , вырабатываемая промышленным предприятием), во втором случае - это товар, продаваемый торговым предприятием **б) принципиальных отличий нет , т.к. и в одном и в другом случаях имеется в виду совокупность разных товаров** в) различия состоят в цене |
| 4. Характеристиками ассортимента являются: а) спрос, предложение, цена б) эластичность, емкость **в) широта, глубина, полнота** | 4. Включаются ли товарные запасы в состав товарных ресурсов ? а) нет б) да, но только в торгующих коммерческих предприятиях **в) да, наряду с поступлением товаров** |
| 5. Ассортиментный перечень товаров это: **а) перечень реализуемых товаров** б) перечень закупаемых товаров в) та часть ассортимента товаров, которую коммерческое предприятие постоянно должно иметь в продаже | 5. Спрос влияет на формирование ассортимента? а) да, спрос определяет ассортимент б) нет, т.к. спрос определяется уровнем доходов, а не количеством предложенного товара  **в) влияет, но только в предприятиях, занимающихся розничной торговлей** |
| 6. Существуют ли особенности формирования ассортимента в торговых предприятиях ?  а) нет, ассортимент формируется везде одинаково **б) да, процессам формирования ассортимента в торговле присущи определенные особенности**  в) только в предприятиях розничной торговли | 6. Когда применяется способ наращивания ассортимента «вверх» в предприятиях торговли? а) при продаже дешевых товаров **б) при продаже предметов длительного пользования и предметов роскоши** в) при продаже новых товаров |
| 7. Должны ли на ваш взгляд совпадать ассортимент реализуемых товаров и ассортимент товарных запасов? а) да  б) нет **в) ассортимент товарных запасов должен быть шире ассортимента реализуемых товаров** | 7. Для каких предприятий торговли характерен стабильный ассортимент? **а) для продовольственных магазинов б) для специализированных магазинов** в) для супермаркетов |
|  | 8. Под воздействием чего повышается потребность покупателей? **а) моды, коньюктуры рынка, сезонности, доходов покупателей** б) под воздействием конкуренции в) с повышением образованности покупателей |

**5. Домашнее задание: -** охарактеризуйте ассортимент известных Вам торговых предприятий : магазин ООО «Лана- продукты»,магазин ООО « Лана- строительные товары», супермаркет «Пятерочка», супермаркет «Магнит»; « Магнит –косметик » - сделайте выводы

**6. Рефлексия. Оценка результатов выполненной работы – 5 минут**

Подсчитываем все накопленные за урок баллы. Оценка:

|  |  |
| --- | --- |
| Баллы | Оценка |
| 40 баллов и выше  (за счет дополнений и доп. заданий) | 5 |
| 24-39 баллов | 4 |
| 12-23 баллов | 3 |
| 11 баллов и ниже | 2 |

Заполняем «Листок рефлексии»:

|  |  |
| --- | --- |
| На уроке я работал (а) | активно/пассивно |
| Своей работой на уроке я | доволен/не доволен |
| Урок для меня показался | коротким/длинным |
| За урок я | не устал/устал |
| Мое настроение | стало лучше/стало хуже |
| Материал урока мне был | понятен/не понятен |
| полезен/бесполезен |
| интересен/скучен |
| Желание пройти задание более высокого уровня | появилось/не появилось |
| Домашнее задание мне кажется | легким/трудным |
| интересным/неинтересным |

**Список источников литературы:**

1. Броневицкий Г.А. и др. Психолого-педагогический словарь. Учебное пособие для офицеров ВМФ, курсантов и студентов, обучающихся по программам подготовки офицеров запаса, военных психологов. — Новороссийск: 2005. — 76 с.

2. Бухаркина М. Ю. Технология разноуровневой дифференциации в учебно-воспитательном процессе в средней школе. Статья: МТШ ОРТ, 1994.

1. Из общего массива данных были выбраны данные групп КМ-2 и КМ-3 (27 студентов) и проведено ранжирование мотивации от большего к меньшему по диагностическим блокам. [↑](#footnote-ref-1)
2. Личностный смысл учения можно определить, как внутреннее субъективное отношение обучающегося к учебному процессу, «прикладывание» процесса обучения к себе, своему опыту и своей жизни. Смысл учения, его значимость являются основной мотивационной составляющей личности учащегося. [↑](#footnote-ref-2)
3. Высокий и очень высокий - 22-28 баллов, средний - 18-21 балл, сниженный и низкий - ниже 17 баллов [↑](#footnote-ref-3)
4. Высокий и очень высокий - 20-27 баллов, средний - 15-19 балл, сниженный и низкий - ниже 14 баллов [↑](#footnote-ref-4)
5. Высокий и очень высокий - 17-25 баллов, средний - 13-16 балл, сниженный и низкий - ниже 12 баллов [↑](#footnote-ref-5)
6. Сумма по 1-3 блокам; высокий и очень высокий – 57-80 баллов, средний – 44-56 балл, сниженный и низкий - ниже 29 баллов [↑](#footnote-ref-6)