

Центросоюз Российской Федерации
Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Кооперативный техникум Тамбовского облпотребсоюза»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

ТАМБОВ, 2021

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу
учебной дисциплины

Основы экономики, менеджмента и маркетинга
преподавателя АНПОО Кооперативный техникум Тамбовского
облпотребсоюза
Струковой Альбины Михайловны

Рабочая программа учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело, относится к профессиональному циклу как общепрофессиональная дисциплина.

Программа позволяет осваивать обучающимся принципы рыночной экономики; современное состояние и перспективы развития отрасли; роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; механизмы ценообразования на продукцию (услуги); механизмы формирования заработной платы; формы оплаты труда; стили управления, виды коммуникации; принципы делового общения в коллективе; управленческий цикл; особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

Система практических занятий направлена на формирование умений рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

В результате изучения дисциплины обучающийся осваивает элементы компетенций, связанных с выбором способов решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам, поиском, анализом и интерпретацией информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

Рецензент



Куксова Н.С.

методист, преподаватель технологических дисциплин

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по дисциплине
Основы экономики, менеджмента и маркетинга
преподавателя АНПОО «Кооперативный техникум Тамбовского
облпотребсоюза»

Струковой Альбины Михайловны

Рабочая программа учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального 43.02.15 Поварское и кондитерское дело.

В рабочей программе, в полном объеме, представлены разделы, темы и содержание учебного материала, показано распределение учебных часов, продуманы формы и методы самостоятельной работы, указана основная и дополнительная учебная литература и средства обучения. Программа отражает контроль и оценку результатов освоения дисциплины.

Особое внимание уделяется развитию у студентов профессиональных и общих компетенций.

Рабочая программа дисциплины охватывает изучение вопросов экономики, менеджмента и маркетинга в новых условиях хозяйствования.

В программе находят отражение основные положения экономической теории, принципы рыночной экономики, современное состояние и перспективы развития отрасли, механизмы ценообразования на продукцию и формирования заработной платы, современные принципы менеджмента, его общие и специфические функции; определяются стратегические и тактические задачи, показаны направления совершенствования организационной структуры, сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

Изучение программного материала способствует формированию у студентов нового мышления, выработке качеств успешного специалиста.

В целом рабочая программа, разработанная преподавателем Струковой А.М., соответствует курсу изучаемой дисциплины и может быть использована в практической работе.

Рецензент:

Преподаватель экономических дисциплин
АНПОО «Тамбовский колледж социокультурных
технологий»



Рубинов П.В..

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ.....
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ.....
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ.....
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ.....

1. ПАСПОРТ

РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.15 Поварское и кондитерское дело.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

дисциплина входит в профессиональный цикл как общепрофессиональная дисциплина.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины студент должен уметь:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;

знать:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отрасли;
- роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- механизмы формирования заработной платы;
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки студента 68 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки студента 64 часа;
самостоятельной работы студента 4 часа.

**2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА
И МАРКЕТИНГА»**

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	68
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
практические занятия	24
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа студентов, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
<i>1</i>	<i>2</i>		<i>4</i>
Раздел 1. Экономика		17	
Тема 1.1. Введение в экономику	Содержание учебного материала: Экономические системы: Понятие, формы, объекты собственности.	2	1
	Классификация организаций общественного питания, их отраслевые особенности. Направления деятельности предприятий. Механизм функционирования организаций общественного питания в рыночных условиях.	2	
	Практические занятия:	2	
	№1. Изучение организационно-правовых форм организаций (предприятий) общественного питания.		
	Самостоятельная работа: Изучение направлений развития общественного питания в системе потребительской кооперации	1	
Тема 1.2. Экономические показатели деятельности предприятий общественного питания	Содержание учебного материала: Основы ценообразования в рыночной экономике. Особенности ценообразования в общественном питании.	2	2
	Себестоимость продукции и услуг общественного питания: понятие, структура, виды. Показатели, используемые при расчете и анализе себестоимости.	2	
	Практические занятия: №2. Расчет основных технико-экономических показателей деятельности предприятий общественного питания	2	
Тема 1.4. Трудовые ресурсы. Эффективность и оплата труда	Содержание учебного материала: Особенности труда и трудовых ресурсов отрасли. Формы и система оплаты труда. Персонал предприятия, его структура, планирование численности. Трудовые отношения в предприятиях общественного питания различных организационно-правовых форм. Мотивация труда: сущность, виды. Моральное и материальное стимулирование.	2	2
	Практические занятия:	2	

	№ 3. Разработка программ мотивации труда в действующих предприятиях общественного питания		
Раздел 2. Менеджмент		33	
Тема 2.1. Система методов управления	Содержание учебного материала: Составляющие цикла менеджмента	2	2
	Понятие методов управления, комплексный характер их применения.	2	
	Классификация и особенности методов управления: организационно-распорядительные, экономические, социально-психологические.	2	
	Практические занятия: №4. Упражнения по выбору оптимального метода управления в конкретной ситуации.	2	
	№5. Изучение социально-психологических методов управления	2	
	Самостоятельная работа: Составление сравнительной характеристики методов принятия решений.	1	
Тема 2.2. Лидерство и стили управления	Содержание учебного материала: Власть и лидерство в менеджменте.	2	
	Стили управления, и характеристика, факторы формирования. Определение стиля руководства по "Решетке менеджмента. Виды и совместимость стилей. Связь стиля управления и ситуации.	2	
	Практические занятия: №6. Определение стиля управления по «Решетке менеджмента» по заданной ситуации.	2	
Тема 2.3. Деловое общение	Содержание учебного материала: Коммуникационный процесс, его элементы, этапы. Виды деловых коммуникаций: коммуникации между организацией и ее средой.	2	2
	Самостоятельная работа: Изучение внешних и внутренних компонентов имиджа современного руководителя.	1	
Тема 2.4. Теории принятия управленческих решений	Содержание учебного материала: Управленческое решение, виды, характеристика.	2	
	Этапы и процедуры процесса принятия решений.	2	
	Практические занятия: №7. Отработка процедуры разработки и принятия управленческих решений.	2	
	Самостоятельная работа:	1	
	Составление сравнительной характеристики методов принятия решений.		

Тема 2.5. Управление конфликтами и стрессами	Содержание учебного материала: Понятие конфликта, виды и типы конфликтов. Анализ причин конфликтов, стили разрешения. Структурные методы управления конфликтом.	2	
	Сущность управления стрессами и изменениями организации.	2	
	Практические занятия: №8. Составление карты и модели развития конфликта.	2	
Раздел 3. Маркетинг			
Тема 3.1. Система маркетинговой информации и исследований.	Содержание учебного материала: Особенности маркетинговой деятельности в предприятиях питания.	2	
	Система маркетинговой информации, ее структура, источники. Понятие системы маркетинговых исследований. Методы и формы сбора первичных данных: наблюдение, опрос, эксперимент, имитация. Виды опросов, методика их организации и проведения.	2	
	Практические занятия №9. Изучение методики проведения опроса потребителей.	2	
	№10. Организация и проведение выборочного исследования, обработка данных.	2	
Тема 3.2. Товар и товарная политика в системе маркетинга.	Содержание учебного материала: Товар в системе маркетинга. Товарные знаки, и марки, их сущность, классификация. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга.	2	2
	Практические занятия: №11. Изучение законодательных требований к разработке и регистрации товарных знаков	2	
Тема 3.3. Система маркетинговых коммуникаций (продвижение товаров, ФОССТИС)	Содержание учебного материала: Продвижение товаров и стимулирование сбыта в системе маркетинга. Виды и средства рекламы. Основные этапы разработки программы рекламной деятельности.	2	2
	Практические занятия: №12. Изучение ФЗ «О рекламе».	2	
	Дифференцированный зачет	2	
Всего		68	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия кабинета социально-экономических дисциплин, маркетинга и менеджмента. Оборудование учебной аудитории:

- посадочные места по количеству студентов;
- рабочее место преподавателя;
- основная учебная литература;
- нормативный материал;
- задания по практическим работам.

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

Менеджмент

1. Веснин, В.Р. Менеджмент: учебник / В.Р. Веснин. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Проспект, 2018. - 613 с. - ISBN 978-5-392-16907-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251693> (13.01.2019).
2. Веснин, В.Р. Основы менеджмента: учебник / В.Р. Веснин. - Москва : Проспект, 2019. - 306 с. - ISBN 978-5-392-16383-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251696\(13.01.2019\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251696(13.01.2019)).
3. Веснин, В.Р. Теория организации и организационное поведение: краткий курс: учебное пособие / В.Р. Веснин. - Москва: Проспект, 2017. - 128 с. - ISBN 978-5-392-24895-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=468397> (11.01.2019).550. Маслова, Е.Л. Менеджмент: учебник / Е.Л. Маслова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 333 с.: табл., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02414-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452863\(13.01.2019\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452863(13.01.2019)).
4. Креативный менеджмент: учебник / под ред. А.А. Степанова, М.В. Савиной. - 2-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 252 с.: схем., табл. - ISBN 978-5-394-02983-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495705> (13.01.2019).
5. Сероштанов, Л.Л. Менеджмент в условиях малого бизнеса / Л.Л. Сероштанов. - Москва: Лаборатория книги, 2019. - 125 с. - ISBN 978-5-504-

00801-1; То же [Электронный ресурс]. - URL:
<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140584> (11.01.2019).

Экономика

1. Буланов, В.С. Методологии экономических явлений и процессов: сравнительный анализ: монография / В.С. Буланов. - Москва: Проспект, 2017. - 64 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-392-25769-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=468246> (11.01.2019).
2. Елисеев, А.С. Экономика : учебник / А.С. Елисеев. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 528 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02225-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454064> (13.01.2019).
3. Ефимова, Е.Г. Экономика: учебник / Е.Г. Ефимова. - 4-е изд., стер. - Москва: Издательство «Флинта», 2018. - 393 с. : табл., граф. - ISBN 978-5-89349-592-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363610> (13.01.2019).
4. Николаева, И.П. Экономическая теория : учебник / И.П. Николаева. - 2-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 328 с. : табл., граф., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02750-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450774> (13.01.2019).
5. Сорокин, А.В. Общая экономика: базовая модель : учебник / А.В. Сорокин ; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 225 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-4475-8685-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453946> (13.01.2019).
6. Станковская, И.К. Экономическая теория: Полный курс МВА / И.К. Станковская, И.А. Стрелец. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 479 с.: схем., табл. - (Российское бизнес-образование). - Библиогр.: с. 478. - ISBN 978-5-4252-0255-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471727\(11.01.2019\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471727(11.01.2019)).
7. Экономическая теория: учебник / И.К. Ларионов, А.Н. Герасин, О.Н. Герасина и др. ; под ред. И.К. Ларионова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 408 с. : схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02743-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450733> (13.01.2019).

Маркетинг

1. Синяева, И.М. Маркетинг в торговле: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 5-е изд., перераб. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 396 с.: схем., ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03122-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495732> (13.01.2019).

Дополнительные источники:

1. Баженов, Ю.К. Коммерческая деятельность: учебник / Ю.К. Баженов, А.Ю. Баженов; под ред. Л.П. Дашкова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 286 с. : схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02906-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495661> (13.01.2019).

2. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. - 13-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 500 с.: табл., схем., граф. - ISBN 978-5-394-01418-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590>(13.01.2019).

3. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 550 с.: табл., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02746-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722> (13.01.2019).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации	практическая работа
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	практическая работа
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг	практическая работа
Знания:	
основные положения экономической теории	практическая работа
принципы рыночной экономики	практическая работа
современное состояние и перспективы развития отрасли	практическая работа
роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике	практическая работа
механизмы ценообразования на продукцию (услуги)	практическая работа
механизмы формирования заработной платы	Опрос, тестирование
формы оплаты труда	Опрос, тестирование
стили управления, виды коммуникации	Опрос, тестирование
принципы делового общения в коллективе	Опрос, тестирование
управленческий цикл	Опрос, тестирование
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	Опрос, тестирование
сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом	Опрос, тестирование