Министерство образования Нижегородской области
Краснобаковский филиал

ГБПОУ «Варнавинский технолого-экономический техникум»



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

Учебная дисциплина **ОП.07 «Основы экономики, менеджмента и**

**маркетинга»**

Специальность: **19.02.10 Технология продукции общественного**

**питания**

**(заочная форма обучения)**

 **р. п. Красные Баки
 2015 г.**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **19.02.10 «Технология продукции общественного пи**

Организация разработчик: Краснобаковский филиал ГБПОУ «Варнавинский технолого-экономический техникум».

Разработчик:

Кропотова Вера Ивановна – преподаватель спец. дисциплин

**СОДЕРЖАНИЕ**

**1.ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4**

**2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 7**

**3.УСЛОВИЯРЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 18**

**4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ**

 **ДИСЦИПЛИНЫ 19**

# ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

**1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является частью основной профессиональной образователбной программы в соответствии с ФГОС по специальности **19.02.10. «Технология продукции общественного питания».**

**1.2.Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** дисциплина входит в профессиональный учебный цикл и относится к общепрофессиональным дисциплинам.

 Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке для группы профессий направления подготовки «Технология продукции и организации общественного питания»

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся 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.

 В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **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 коммуникаций;
* принципы делового общения в коллективе;
* управленческий цикл;
* особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
* сущность, цели и основные функции маркетинга, его связь с менеджментом;
* формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

**В процессе изучения дисциплины формируются общие и профессиональные компетенции:**

 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 информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Организовывать подготовку мяса и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.2. Организовывать подготовку рыбы и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.3. Организовывать подготовку домашней птицы для приготовления сложной кулинарной продукции.

ПК 2.1. Организовать и проводить приготовление канапе, легких и сложных холодных закусок.

ПК 2.2. Организовать и проводить приготовление сложных холодных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 2.3. Организовать и проводить приготовление сложных холодных соусов.

ПК 3.1. Организовать и проводить приготовление сложных супов.

ПК 3.2. Организовать и проводить приготовление сложных горячих соусов.

ПК 3.3. Организовать и проводить приготовление сложных блюд из овощей, грибов и сыра.

ПК 3.4. Организовать и проводить приготовление сложных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 4.1. Организовать и проводить приготовление сдобных хлебобулочных изделий и праздничного хлеба.

ПК 4.2. Организовать и проводить приготовление сложных мучных кондитерских изделий и праздничных тортов.

ПК 4.3. Организовать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий.

ПК 4.4. Организовать и производить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении.

ПК 5.1. Организовать и проводить приготовление сложных холодных десертов.

ПК 5.2. Организовать и проводить приготовление сложных горячих десертов.

ПК 6.1. Участвовать в планировании основных показателей производства.

ПК 6.2. Планировать выполнение работ исполнителя.

ПК 6.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 6.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителя

ПК 6.5. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося -331 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося- 80 часов;

 из них лабораторных и практических работ обучающегося-17 часов;

 самостоятельной работы обучающегося -235 часов.

 курсовой проект – 16 часов.

# 2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы**  | **Объем** **часов**  |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)**  | **315**  |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)**   | **80**  |
|  из них практические занятия  | 17  |
|  курсовой проект | 16  |
| **Самостоятельная работа обучающегося** | **235**  |
|  Контрольная работа | 1  |
| **Промежуточная аттестация в форме защиты курсового проекта и дифференцированного зачета.** |

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем**  | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся**  | **Объем часов**  | **Уровень освоения**  |
| **1**  | **2**  | **3**  | **4**  |
|  |  |  |  |
| **Раздел 1 Основы экономики**  |   | **123**  |   |
| **Тема 1.1 Принципы рыночной экономики**  | **Содержание учебного материала**  | **2**  | 2  |
| 1. Принципы рыночной экономики.Основные понятия: экономика, рынок, рыночные отношения. |  2 |
| **Самостоятельная работа студентов:**  | **12**  |   |
| 1.Продовольственный рынок в России . | 4 |
|  | 2.Рыночная система хозяйствования: понятие, сущность, функции и виды рынков. | 4 |  |
| 3.конспектирование материала по темам из рекомендованной преподавателем литературы. | 4 |
| **Тема 1.2 Основные положения экономической** **теории**  | **Содержание учебного материала**  | **2**  | 2  |
| 1. Потребности – исходная предпосылка формирования потребительского рынка.  | 2  |
| **Подготовка по курсовому проекту.** Ознакомление с темами курсовых проектов.Сущность, принципы и типы планирования на предприятиях общественного питания. | **1** |  |
| **Самостоятельная работа студентов:** | **12**  |   |
| **1.** Экономическая природа и содержание потребительского спроса. | 4 |  |
|  | 2.Предложения на рынке потребительских товаров. | 4 |  |
| 3.Определение емкости рынка. | 4 |  |
| **Тема 1.3 Современное состояние и перспективы развития отрасли**  | **Содержание учебного материала**  | **2**  | 2  |
| 1. Отрасль в условиях рынка.  | 2 |  |
| **Самостоятельная работа студентов:**   | **12**  |   |
| 1.Отрасль: понятие, роль и значение в системе рыночной экономики.  | 4 |
|  |  **2.** Отраслевой рынок труда, характерные черты и особенности | 4 |  |
|  | 3.Основные экономические показатели развития отрасли. | 4 |  |
| **Тема 1.4 Организация, как хозяйствующий субъект рыночной экономики**  | **Содержание учебного материала**  | **2**  |   |
| 1. Предприятие, как основной субъект хозяйствования.  | 2  | 2  |
|  **Подготовка по курсовому проекту.**Функционирование рынка труда в современных условиях.Трудовые ресурсы и регулирование трудовых отношений на предприятии общественного питания. | **1** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Самостоятельная работа студентов:**  | **16**  |   |
|  | 1. .Предприятие: понятие, основные признаки, цели, функции. | 4 |
|  | 2. Классификация по различным признакам. Организационно-правовые формы. | 4 |  |
|  | 3. . Предприятия малого бизнеса в общественном питании. | 4 |  |
|  | 4.Поиск информации с использованием интернет ресурсов. | 4 |  |
| **Тема 1.5 Основные технико-экономические** **показатели деятельности организации**  | **Содержание учебного материала**  | **4**  |   |
| 1. Производство продукции и товарооборот  | 2  | 2  |
| 2. Товарооборот и производственная программа предприятий общественного питания.  |  2 |
| **Подготовка по курсовому проекту.** Малые предприятия как форма организации бизнеса. Предпринимательство и его место в современной экономике.  |  **1** |  |
| **Практические занятия**  | **3** |   |
| 1.Расчет плана товарооборота **,** расчет мощности кухни, пропускной способности торгового зала. |  2 |
| 2. Расчет показателей эффективности использования основных фондов и оборотных средств  |  1 |
| **Самостоятельная работа студентов.** | **12**  |   |
| 1. Решение задач. | 4 |
|  | 2.Конспектирование материала по темам из рекомендованной преподавателем литературы. | 4 |  |
|  | 3.Просмотр тем курсового проекта и выбор темы. | 4 |  |
| **Тема 1.6 Механизмы ценообразования на продукцию**  | **Содержание учебного материала**  | **2**  | 2  |
| 1. Цены и ценообразование  | 2 |  |
| **Практические занятия**  | **2**  |   |
| 1.Расчет розничной и продажных цен, анализ себестоимости и валового дохода. | 2 |
| **Подготовка по курсовому проекту**Ценовая политика предприятия общественного питания. Цена и ее роль в системе экономических отношений. Стратегии ценообразования на предприятии общественного питания.  |   **1** |
|  **Самостоятельная работа студентов.**  |  **16** |
| 1. Структура розничной и продажной цены. |  4 |
| 2. Калькуляция цен на продукцию предприятий питания. |  4 |
| 3. Себестоимость. Валовой доход: сущность, источники образования. |  4 |
|  |  4. Прибыль: экономическая природа, ее виды. Рентабельность, методика ее определения. |  4  |   |
| **Тема 1.7 Механизмы**  | **Содержание учебного материала**  | **2**  |   |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **формирования заработной платы**  | 1. Оплата труда работников предприятий питания  | 2  | 2  |
|  **Подготовка по курсовому проекту.** Формы организации и оплаты труда на предприятиях питания в условиях рыночных отношений.Оплата труда на предприятиях общественного питания.  |  **1** |
| **Практические занятия**  | **2**  |   |
| 1.Расчет заработной платы различной категории работников.  |  2 |
|  **Самостоятельная работа студентов:** | **16**  |
| 1. . Механизм стимулирования труда и его совершенствования. Тарифная система. | 4  |
| **2.**  Формы и системы оплаты труда | 4 |
|  3. Состав фонда заработной платы, источники его образования.  | 4 |
|  | 4. Конспектирование материала по темам из рекомендованной преподавателем литературы. | 4 |  |
| **Раздел 2 Основы менеджмента**  |   | **78** |   |
| **Тема 2.1. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности**  | **Содержание учебного материала**  | **4**  |   |
| 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента  | 2  | 2  |
| 2.Основные школы и подходы менеджмента.  |  2 |
| **Подготовка по курсовому проекту.**Эффективность и производительность труда на предприятии общественного питания. |  **1** |
| **Самостоятельная работа студентов:**  | **12**  |   |
| 1.Американская и японская модель менеджмента  | 4 |
| 2.Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.  | 4 |
|  | 3. Национальные особенности менеджмента. Организация и ее среда. | 4 |  |
|  | 4.Поиск информации с использованием интернет ресурсов. | 4 |  |
| **Тема 2.2 Управленческий цикл**  | **Содержание учебного материала**  | **4**  | 2  |
| 1.Сущность управленческой деятельности.  |  2 |
|  2.Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.  |  2 |
| **Подготовка по курсовому проекту.**Современный менеджмент: сущность и характерные черты. Модели национального менеджмента и особенности подготовки менеджеров. |  **1** |
|  | **Самостоятельная работа студентов:**  | **12**  |   |
| 1.Современные теории мотивации . | 4 |
|  | 2.Характеристика функций цикла. | 4 |  |
|  | 3.Функции управления: общие, частные и специальные. Методы управления | 4 |  |
| **Тема 2.3 Принципы делового общения**  | **Содержание учебного материала**  |  **4** |   |
| 1. Деловое и управленческое общение.  | 2  | 2  |
| 2.Понятие, назначение, формы общения.  |  2 |
|  **Подготовка по курсовому проекту.** Организация и её среда. Мотивация труда на предприятиях общественного питания. |  **1** |
| **Практические занятия**  | **2**  |   |
| 1.Владение приемами делового общения Использование приемов аттракции в заданных ситуациях, при работе подчиненными.  |  2 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | **Самостоятельная работа:**  | **15**  |   |
| 1. Деловые беседы и совещания: виды, особенности проведения. | 4 |
| 2. Трансакты. Коммуникации в организации: понятие, виды и уровни. | 4 |
|  | 3. Процесс коммуникации. | 4 |  |
|  | 4.Рассмотрение технологии убеждения партнера во время деловой беседы. | 3 |  |
| **Тема 2.4 Стили управления**  | **Содержание** **учебного материала**  | **3**  |   |
| 1. Руководство: власть и партнерство.  | 1  | 2  |
| 2.Власть и влияние: понятие и виды власти.  |  2 |
| **Подготовка по курсовому проекту.** Модели и методы выбора решений в процессе управления предприятием общественного питания. Организация разработки и принятия управленческих решений на предприятии общественного питания.  | **1** |
| **Практические занятия**  | **2** | 2  |
| 1.Определение стиля управления по решетке ГРИД. Определение качеств руководителя. |  2 |
|  | **Самостоятельная работа**  | **12**  |   |
| 1. Лидерство и власть. | 4 |  |
|  | 2. Понятие и характеристика стилей управления. | 4 |  |
|  | 3. Управленческая решетка ГРИД. | 4 |  |
| **Раздел 3 Маркетинг**  |   | **114**  |   |
| **Тема 3.1 Понятие маркетинга: принципы, функции, цели**  | **Содержание учебного материала**  | **4**  | 2  |
| 1. Методологические основы маркетинга  | 2  |  |
| 2.Сущность, основные цели, принципы и функции маркетинга.  | 2 |
| **Подготовка по курсовому проекту.**Неформальные группы на предприятии общественного питания. Авторитет, лидерство и власть в управлении предприятием общественного питания.  | **1** |
|    | **Самостоятельная работа студента:**  | **12**  |   |
| 1.Структурно-логическая схема маркетинга. | 4 |
| 2.Основные понятия маркетинга. Этапы маркетинговой деятельности. | 4 |
| 3.Классификация маркетинга. | 4 |
| **Тема 3.2 Формы адаптации** | **Содержание учебного материала**  | **2**  | 2  |
|  **производства и сбыта к** **рыночной ситуации** | 1. Маркетинговые исследования, цели и задачи проведения маркетинговых Исследований.  |  2 |  |
|  | **Практические занятия**  | **2**  |   |
|  | 1.Определение емкости товарного рынка с помощью различных методов сбора информации. |  2 |
|  | **Самостоятельная работа студента:**  |  **12** |  |
|  | 1.Маркетинг, как сфера деятельности предприятия. |  4 |  |
|  | 2.Конспектирование материала по темам из рекомендованной преподавателем литературы. |  4 |  |
|  | 3.Поиск информации с использованием интернет ресурсов. |  4 |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  **Тема 3.3 Сегментирование** | **Содержание учебного материала**  | **2**  | 2  |
|  **рынка.** | 1.Основные понятия, назначение и признаки сегментирования. | 2  |  |
|  **Подготовка по курсовому проекту** Сегментация рынка и позиционирование товара. Рынок, его структура и условия функционирования. Инфраструктура рынка товаров и услуг, анализ его современного состояния.  | **1**  |
|  |  **Самостоятельная работа студента:** | **12**  |   |
| 1. Целевой маркетинг: варианты охвата рынка. | 4 |
| 2.Особенности сегментации рынка. | 4 |
| 3.Система маркетинговых исследований. | 4 |
| **Тема 3.4 Критерии оценки конкурентоспособности**  | **Содержание учебного материала**  | **2**  | 2  |
| 1.Конкурентная среда. Понятие и виды конкуренции.  |  2 |
| **Подготовка по курсовому проекту**Товар в системе маркетинга. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций и её эффективность. Маркетинговые коммуникации. Маркетинговая политика предприятия общественного питания.  |  **1** |
| **Самостоятельная работа студента:**  |  **12** |
| 1.Стратегии конкурентов.  |  4 |
| 2.Конкурентоспособность товара и предприятия. |  4 |
|  | 3Моделирование показателей конкурентоспособности.. |  4 |  |
| **Тема 3.5 Товарная** **политика предприятия**    | **Содержание учебного материала**  | **2** | 2  |
| 1.Средства, классификация и характеристика маркетинга . . |  2 |  |
|  **Подготовка по курсовому проекту** Основные фонды предприятий общественного питания. Оборотные средства предприятия.  |  **1** |  |
| **Самостоятельная работа студента:**   |  **12** |  |
| 1.Методы создания новых товаров.  |  4 |
| 2.структура ассортимента продукции. |  4 |  |
| 3.Жизненный цикл товара. |  4 |  |
| **Тема 3.6 Критерии выбора, виды и типы торговых посредников**   | **Содержание учебного материала**  | **2**  | 2  |
| 1. Сбытовая политика предприятия, виды и стратегия сбыта  | 2  |
| **Практические занятия**  | **2**  |   |
| 1.Определение формы распределения различных видов продукции.  |  2 |
| **Подготовка по курсовому проекту**Сбытовая политика и организация товародвижения на предприятии общественного питания.  |  **1** |
| **Самостоятельная работа студента:** | **12** |
| 1.Рекламная деятельность. | 4 |
| 2.Стимулирование сбыта. | 4 |
| 3.Конспектирование материала по темам из рекомендованной преподавателем литературы. | 4 |
| **Тема 3.7** **Методы изучения рынка**  | **Содержание учебного материала**  | **2**  | 2  |
| 1. Методы маркетинга, классификация методов, их достоинства и недостатки  | 2 |
| **Практические занятия**  | **2**  |   |
|  | Решение ситуационных задач.  | 2 |  |
|   | **Самостоятельная работа студента:**  | **12**  |   |
| 1.Работа с дополнительными источниками. | 4 |
| 2.Доработка материалов урока. | 4 |
| 3.Поиск информации по темам. | 4 |
|  **Защита курсового проекта** | **2** |
| **Всего:**  | **315**  |
| **Тематика курсовых проектов** 1. Ценовая политика предприятия общественного питания.
2. Цена и ее роль в системе экономических отношений.
3. Стратегии ценообразования на предприятии общественного питания.
4. Функционирование рынка труда в современных условиях.
5. Формы организации и оплаты труда на предприятиях питания в условиях рыночных отношений.
6. Эффективность и производительность труда на предприятии общественного питания.
7. Трудовые ресурсы и регулирование трудовых отношений на предприятии общественного питания.
8. Оплата труда на предприятиях общественного питания.
 |  |  |
| 1. Мотивация труда на предприятиях общественного питания.
2. Современный менеджмент: сущность и характерные черты.
3. Модели национального менеджмента и особенности подготовки менеджеров.
4. Инфраструктура рынка товаров и услуг, анализ его современного состояния.
5. Организация и её среда.
6. Сбытовая политика и организация товародвижения на предприятии общественного питания.
7. Товар в системе маркетинга.
8. Сегментация рынка и позиционирование товара.
9. Рынок, его структура и условия функционирования.
10. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций и её эффективность.
11. Маркетинговые коммуникации.
12. Маркетинговая политика предприятия общественного питания.
13. Малые предприятия как форма организации бизнеса.
14. Сущность, принципы и типы планирования на предприятиях общественного питания.
15. Предпринимательство и его место в современной экономике.
16. Оборотные средства предприятия общественного питания.
17. Основные фонды предприятий общественного питания.
18. Модели и методы выбора решений в процессе управления предприятием общественного питания.
19. Эффективность системы управления на предприятии общественного питания.
20. Организация разработки и принятия управленческих решений на предприятии общественного питания.
21. Авторитет, лидерство и власть в управлении предприятием общественного питания.
22. Управление социальным развитием предприятия.
 |  |  |

# 3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Экономика, менеджмент и маркетинг».

**Оборудование учебного кабинета:**

-рабочие столы и стулья для студентов;

-рабочий стол и стул для преподавателя;

- наглядные пособия;

-комплект учебно-методической литературы.

**Технические средства обучения:**

- ноутбук;

- м/м проектор;

 - доска;

- экран;

 - микрокалькулятор.

**3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов:**

1.В.Д. Грибов «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» - М.: КНОРУС,2016 – 224 с.

<https://aldebaran.ru/autnor/gribov_vladimir/kniga_osnovyi_yekonomiki_menedjmenta_i_marketinga/>

2.Е.В. Савватеева Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности» - М.: ИНФРА-М,2014 -317 с.

3.Э.А. Батраева «Экономика предприятий общественного питания» - М.: Изд. Юрайт,2017 – 390 с.

4.Н.Д. Эриашвили «Менеджмент, маркетинг» - М.: ЮНИТИ-ДАНА,2013 – 351 с.

 Интернет-ресурсы:

 <http://www.ecsocman.edu.ru/>

 <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp>

<http://allmedia.ru/>

<http://www.opec.ru/>

<http://www.amtv.ru/>

[http://www.ecsocman.edu.ru/http://www.nlr.ru/](http://www.ecsocman.edu.ru/http%3A//www.nlr.ru/)

**4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Результаты обучения** **(освоенные умения, усвоенные знания)**  | **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**  |
| **УМЕТЬ:**  |  |
| * Рассчитывать основные технико-
* экономические показатели деятельности организации;
* Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого
* общения;
* Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.
 | Оценка практических работ, решение ситуационных задач   |
| **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 коммуникаций;
* Принципы делового общения в коллективе;
* Управленческий цикл;
* Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
* Сущность, цели и основные функции маркетинга, его связь с менеджментом;
* Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.
 | Устный опрос, тестирование, кроссворды, сканворды, решение задач, построение диаграмм, кривых спроса и др.  |

 14