Министерство образования, науки и молодежной политики

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**

Разработчик: КриворучкоЕ.В.

Преподаватель специальных дисциплин

2018г.

Рабочая программа учебной дисциплины **ОП. 07** **«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ), входящей в состав укрупнённой группы специальностей СПО 19.02.10 **Технология продукции общественного питания**

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 22 апреля 2014 г. № 384)

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | стр. |
| **ПАСПОРТ рабочей программы УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 4 |
| **СТРУКТУРА и содержание УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 5 |
| **условия реализации рабочей программы учебной дисциплины** | 9 |
| **Контроль и оценка результатов Освоения учебной дисциплины** | 11 |

1. **паспорт рабочей ПРОГРАММЫ учебной ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

**1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **19.02.10 Технология продукции общественного питания**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использованадля реализации программ повышения квалификации и переподготовки работников пищевого производства и общественного питания.

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

учебнаядисциплинаотносится к профессиональному циклу, разделуОП.00 профессиональные дисциплины.

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

В результате освоения 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 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 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. Количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося **–** 221 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **–** 150 часов;

- самостоятельной работы обучающегося **–** 71часов.

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | **221** |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | 150 |
| в том числе: |  |
| практические занятия | 74 |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)** | **71** |
| Итоговая аттестация в форме **дифференцированного зачёта** | |

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, практические работы,**  **самостоятельная работа обучающихся** | **Объ-**  **ем**  **часов** | **Уро-вень освое-ния** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Раздел 1.**  **Основы маркетинга** |  |  |  |
| **Тема 1.1.**  Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга | **Содержание учебного материала** | 8 | 1 |
| 1.Маркетинг и его роль в развитии общественного питания. |
| 2. Принципы и функции маркетинга. |
| 3. Структура маркетинговой деятельности. Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания. |
| 4. Объекты маркетинговой деятельности. Классификация потребностей.  Окружающая среда маркетинга. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ комплекса маркетинга предприятия общественного питания. | 8 | 3 |
| **Тема 1.2.**  Современное состояние и перспективы развития отрасли | **Содержание учебного материала** | 8 | 1 |
| 1. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России и региона. |
| 2. Концепции развития рыночных отношений. |
| 3. Классификация маркетинга. Основные виды маркетинга. |
| 4. Анализ конкурентной среды. Конкурентоспособность предприятий, продукции и услуг. Антимонопольное законодательство по защите конкуренции и конкурентной среды. |
| 5. Сегментирование рынка. Признаки и критерии сегментирования потребительского рынка. Потребители услуг общественного питания. Модель покупательского поведения. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ особенностей поведения потребителей услуг общественного питания. | 8 | 3 |
| **Тема 1.3.**  Ценообразование на продукцию (услуги) | **Содержание учебного материала** | 2 | 1 |
| 1. Цена, ценовая политика. Классификация цен. Формирование цен в предприятиях общественного питания. |
| 2. Процесс ценообразования. Стратегии ценообразования. |
| **Практические занятия**  Определение цены на продукцию собственного производства в предприятии общественного питания ( по заданию преподавателя). | 8 | 2 |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ особенностей стратегий ценообразования предприятий общественного питания. | 8 | 3 |
| **Тема 1.4.**  Адаптация производства и сбыта к рыночной ситуации | **Содержание учебного материала** | 8 | 1 |
| 1. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики: упаковка, ассортимент, товарный знак, сервис и т.д., их характеристика. |
| 2. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания. Правовые основы рекламы. |
| 3. Маркетинговые исследования рынка. |
| **Практические занятия**  Анализ ситуаций на рынке товаров и услуг.  Определение жизненного цикла продукции и услуг общественного питания и разработка маркетинговых мероприятий. | 8 | 2 |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Разработка рекламных текстов для предприятия общественного питания. | 4 | 3 |
| **Раздел 2**  **Основы менеджмента** |  |  |  |
| **Тема 2.1.**  Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности | **Содержание учебного материала** | 8 |  |
| 1. Основные понятия и категории менеджмента . |
| 2. Особенности менеджмента предприятий общественного питания, цели и задачи. |
| 3. Особенности менеджмента в России. Принципы управления, особенности применения принципов управления в предприятиях общественного питания. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ систем управления в предприятиях общественного питания. | 8 | 3 |
| **Тема 2.2.**  Функции менеджмента | **Содержание учебного материала** | 4 | 1 |
| 1. Функция планирования. Процесс стратегического планирования. |
| 2. Функция организации. Организационные структуры управления. Делегирование полномочий, пределы полномочий. |
| 3. Функция мотивации. Мотивационные теории. Функция контроля. Виды, этапы, правила контроля. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  1. Определение типа и вида организационной структуры управления предприятия общественного питания (базы практики), анализ ее сильных и слабых сторон.  2. Подготовка письменного сообщения о проведении предварительного, текущего и заключительного контроля в предприятии общественного питания. | 7 | 3 |
| **Тема 2.3.**  Стили управления | **Содержание учебного материала** | 4 |  |
| 1. Авторитарный стиль управления. Демократический стиль управления. Либеральный стиль управления. Их характеристика. |
| 2. «Решетка менеджмента». Теория лидерства, подходы к лидерству, типы лидерства. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  1. Решение производственных ситуационных задач на определение стилей управления**.** | 8 | 3 |
| **Тема 2.4.**  Коммуникации в управлении | **Содержание учебного материала** | 4 | 1 |
| 1. Коммуникации: понятие, виды. Процесс коммуникаций. Особенности процесса коммуникаций в предприятиях общественного питания. |
| 2. Барьеры в процессе коммуникаций. Рекомендации по совершенствованию процесса коммуникаций. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  1. Исследование процесса коммуникаций в предприятиях общественного питания**.** | 2 | 3 |
| **Тема 2.5.**  Деловое общение | **Содержание учебного материала** | 4 | 1,2 |
| 1. Деловое и управленческое общение: понятие, назначение. Роль общения для современного специалиста. |
| 2. Правила ведения деловых бесед, совещаний. Техника ведения телефонных переговоров. |
| **Практические занятия**  1 Отработка навыков делового общения (проведение деловой беседы, телефонных переговоров.  2.Решение конфликтных ситуаций. | 12 | 2 |
| **Раздел 3**  **Основы экономики** |  |  |  |
| **Тема 3.1.**  Основные положения экономической теории | **Содержание учебного материала** | 4 | 1 |
| 1. Проблема выбора в условиях ограниченности ресурсов. Альтернативная стоимость. |
| 2. Понятие производства, обмена, распределения и потребления. |
| 3. Свойства товара и функции денег. Закон денежного обращения. |
| 4. Модель круговых потоков. |
| **Практические занятия**  1. Спрос на деньги и предложение денег. | 4 | 2 |
| **Тема 3.2.**  Предприятие как основной хозяйствующий субъект | **Содержание учебного материала** | 4 | 1 |
| 1. Разделение труда и кооперация на предприятии.  2. Организационно-правовые формы предприятия. Понятие о производственной и экономической эффективности предприятия. |
| **Практические занятия**  1. Типы хозяйственных товариществ. | 12 | 2 |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ организационно-правовых форм предприятий общественного питания, их преимуществ и недостатков. | 4 | 3 |
| **Тема 3.3.**  Принципы рыночной экономики | **Содержание учебного материала** | 4 | 1 |
| 1. Понятие рынка. Рынки факторов производства. Специфика рынков товаров и услуг.  2. Основные рыночные структуры: монополия, и конкуренция.  3. Законы спроса и предложения. Рыночное равновесие и причины его нарушения.  4. Цена покупателя и цена продавца – условия формирования |
| **Практические занятия**  1. Определение рыночных структур.  2. Расчет эластичности спроса и предложений. | 10 | 2 |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  1.Механизм спроса и предложения в условиях совершенной конкуренции.  2.Механизм равновесия рынка при монопольных ценах. | 2 | 3 |
| **Тема 3.4.**  Доходы и расходы предприятия | **Содержание учебного материала** | 4 | 1 |
| 1. Понятие дохода и прибыли. Издержки и прибыль.  2. Понятие издержек Виды издержек и их значение для анализа положения предприятия на рынке.4  3. Понятие о равновесии предприятия и максимизации прибыли. |
| **Практические занятия**  1. Расчет затрат и прибыли предприятия. | 6 | 2 |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  1.Производительность **–** мера измерения эффективности функционирования фирмы. | 2 | 3 |
| **Тема 3.5.**  Механизм формирования заработной платы | **Содержание учебного материала** | 8 | 1 |
| 1. Экономический смысл заработной платы.  2. Рынок труда и цена труда.  3. Формы оплаты труда. |
| **Практические занятия**  1. Факторы, определяющие дифференциацию в оплате труда. | 6 | 2 |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ применения форм и систем оплаты труда разных категорий персонала предприятий общественного питания**.** | 2 | 3 |
| **Дифференцированный зачет** | |  | 3 |
| **Всего:** | | **150** |  |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

# **3. условия реализации программы дисциплины**

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

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета маркетинга, менеджмента, экономики.

Оборудование и оснащение учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;

- оборудованное рабочее место преподавателя;

- комплект учебно-методической документации по программе учебной дисциплины;

- наглядные пособия.

Технические средства обучения:

аудиовизуальные, компьютерные (мультимедиа проектор, компьютеры, принтер, сканер) и телекоммуникационные (Интернет-ресурсы) и др.

# **3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

1. Басовский Л.Е. Менеджмент: Учебное пособие.- М.: Инфра-М, 2014.
2. Вершигора Е. Е. Менеджмент: учеб. Пособие. -2-е изд., перераб. и доп. – М.: инфа-м, 2013.
3. Герчикова И. Н. Менеджмент: Учебник.2-е изд. перераб. и доп. – М.: Банки и биржи, Юнити, 2012.
4. Драчева Е.Л. “Менеджмент”. учебное пособие для студ. учреждений сред. проф. образования, М.: Издательский центр «Академия»,2013.
5. Котлер Филип. Основы маркетинга. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2015.

Дополнительные источники:

1. Ресурсы Интернет сайтов: www.Infomanagement.ru, www.Alleng/ru, www. cfin.ru, www. management.aaanet.ru, [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru), [www.4p.ru](http://www.4p.ru),

www. marketing.web-3.ru, www. marketingpro.ru

2. Периодические издания:

журналы: «Торговое оборудование», «Рестораны и гостиницы», «Деловой квартал», «Товарный рынок», «Ресторатор».

# **Контроль и оценка результатов освоения Дисциплины**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Результаты обучения**  **(освоенные умения, усвоенные знания)** | **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения** |
| **Умения** |  |
| Рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации. | Демонстрация умений в процессе выполнения практического задания. |
| Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения. |
| Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг. |
| **Знания** |  |
| Основные положения экономической теории. | Опрос, тестирование,  экспертная оценка на практическом занятии,  внеаудиторная самостоятельная работа. |
| Принципы рыночной экономики. |
| Современное состояние и перспективы развития отрасли. |
| Роль и организация 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. |