

Аннотация к рабочей программе

учебной дисциплины ОП.05 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Код и наименование учебной дисциплины

Обязательный профессиональный блок

Общепрофессиональный цикл

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.05 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина **ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга** входит в цикл общепрофессиональных дисциплин специальностей 43.00.00 Сервис и туризм. ОПОП-П в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01-07 ,ОК 09., ОК 10..

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

| Код ОК, ПК | Дисциплинарные результаты | |
|---|---|--|
| | Умения | Знания |
| ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 | <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать по принятой методологии технико-экономические показатели деятельности предприятия; - использовать экономическую и нормативную документацию в профессиональной деятельности; - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; профессионально вести маркетинговую работу; - готовить предложения по товарной политике на основе сопоставительного анализа параметров конкурентоспособности товара; - владеть навыками поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации; - владеть навыками кабинетных и полевых маркетинговых исследований; - практически использовать средства организационной и вычислительной техники для проведения маркетинговых исследований, анализа конкурентоспособности и жизненного цикла товара, разработки маркетинговых программ. | <ul style="list-style-type: none"> - основные положения Конституции Российской Федерации; - права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации; - понятие правового регулирования в сфере профессиональной деятельности; - законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности; - организационно-правовые формы юридических лиц; - правовое положение субъектов предпринимательской деятельности; - права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности; - порядок заключения трудового договора и основания для его прекращения; - правила оплаты труда; - роль государственного регулирования в обеспечении занятости населения; - право социальной защиты граждан; - понятие дисциплинарной и материальной ответственности работника; - виды административных правонарушений и административной ответственности; - нормы защиты нарушенных прав и судебный порядок разрешения споров. - сущность, функции маркетинга и |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>направления его использования в условиях рыночной экономики; организацию служб маркетинга на фирмах; - роль маркетинга в управлении фирмой; - принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов или ниш; - необходимость проведения маркетинговых исследований для информационного обеспечения управления фирмой с целью доведения параметров товара до уровня требований потенциальных покупателей целевого рынка и создания должной степени его конкурентоспособности; - основные направления в технологии маркетинга как совокупности мер по активному воздействию на рынок, с одной стороны, и приспособлении характеристик товара, ценовой и сбытовой стратегий, рекламной кампании к требованиям и условиям целевого рынка; - содержание и структура маркетинговых программ; - задачи управления персоналом в связи с маркетинговой деятельностью.</p> |
|--|--|--|

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем в часах |
|--|------------------|
| Объем образовательной программы учебной дисциплины | 116 |
| в т.ч. в форме практической подготовки | 42 |
| в т. ч.: | |
| теоретическое обучение | 40 |
| лабораторные работы | - |
| практические занятия | 42 |
| курсовая работа (проект) | 20 |
| <i>Самостоятельная работ</i> | 6 |
| Промежуточная аттестация | В форме экзамена |

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся | Объем часов | Коды формирования ОК и ПК |
|--|---|-------------|---|
| 1 | 2 | 3 | |
| Раздел 1. Основы экономики | | | |
| Тема 1.1. Основные положения экономической теории | Содержание учебного материала | 4 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 |
| | Проблема выбора в условиях ограниченности ресурсов. Альтернативная стоимость. | | |
| | Понятие производства, обмена, распределения и потребления. | | |
| | Свойства товара и функции денег. Закон денежного обращения. | | |
| | Модель круговых потоков | | |
| | Тематика практических занятий (практическая подготовка) | | |
| Тема 1.2. Предприятие как основной хозяйствующий субъект | Содержание учебного материала | 4 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 |
| | Разделение труда и кооперация на предприятии. | | |
| | Организационно-правовые формы предприятия. | | |
| | Понятие о производственной и экономической эффективности предприятия. | | |
| | Тематика практических занятий (практическая подготовка) | | |
| | Типы хозяйственных товариществ. Правовое регулирование занятости и трудоустройства Показатели уровня производительности труда Расчет показателей использования оборотных средств | | |
| Тема 1.3. Принципы рыночной экономики | Содержание учебного материала | 4 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 |
| | Понятие рынка. Рынки факторов производства. Специфика рынков товаров и услуг. | | |
| | Основные рыночные структуры: монополия и конкуренция. Законы спроса и предложения. | | |
| | Рыночное равновесие и причины его нарушения | | |
| | Тематика практических занятий (практическая подготовка) | | |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | <p>Определение рыночных структур. Расчет эластичности спроса и предложений . Построение графиков спроса и предложения. Показатели уровня производительности труда.</p> | | ОК 10 |
| Тема 1.4. Доходы и расходы предприятия | Содержание учебного материала | 4 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 |
| | Понятие дохода, прибыли, о равновесии предприятия и максимизации прибыли. Издержки и прибыль. | | |
| | Понятие издержек. Виды издержек и их значение для анализа положения предприятия на рынке. | 6 | |
| | Тематика практических занятий (практическая подготовка) | | |
| | Расчет затрат и прибыли предприятия. Расчет производительности труда. | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | | |
| Производительность- мера измерения эффективности функционирования фирмы | | | |
| Тема 1.5.Механизм формирования заработной платы | Содержание учебного материала | 4 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 |
| | Экономический смысл заработной платы. Рынок труда и цена труда. Формы оплаты труда. | | |
| | Тематика практических занятий (практическая подготовка) | 6 | |
| | Факторы, определяющие дифференциацию в оплате труда. Начисление заработной платы. Планирование численности и состава персонала. | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 2 | |
| | Анализ применения форм и систем оплаты труда разных категорий персонала предприятий общественного питания | | |
| Раздел 2 Основы менеджмента | | | |
| Тема 2.1 Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности | Содержание учебного материала | 2 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 |
| | Основные понятия и категории менеджмента. | | |
| | Особенности менеджмента предприятий общественного питания, цели и задачи. | | |
| Тема 2.2 Функции менеджмента | Содержание учебного материала | 4 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 |
| | Функции планирования. Процесс стратегического планирования .Функции организации. | | |
| | Организационные структуры управления. Делегирование полномочий, пределы полномочий. | | |
| Тема 2.3 Стили управления | Содержание учебного материала | 4 | ПК 2.2-2.8 |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | Авторитарный стиль управления. Демократический стиль управления. Либеральный стиль управления. Их характеристика «Решетка менеджмента». | | ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 |
| | Теория лидерства, подходы к лидерству, типы лидерства. | | ПК 6.3. |
| | Тематика практических занятий (практическая подготовка) | | ОК 01-07 |
| | Использование в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения, разбор ситуаций. Владение приемами делового общения. | 4 | ОК 09 ОК 10 |
| Тема 2.4. Коммуникации в управлении | Содержание учебного материала | 2 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. |
| | Коммуникации: понятие, виды. Процесс коммуникаций. Особенности процесса коммуникаций в предприятиях общественного питания. | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 2 | ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 |
| | Решение производственных ситуационных задач на определение стилей управления | | |
| | Исследование процесса коммуникаций. Рекомендации по совершенствованию процесса коммуникаций. | | |
| Тема 2.5. Деловое общение | Содержание учебного материала | 2 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. |
| | Деловое и управленческое общение: понятие, назначение. Роль общения для современного специалиста. Правила ведения деловых бесед, совещаний. | | |
| | Техника ведения телефонных переговоров. | | ОК 01-07 |
| | Тематика практических занятий (практическая подготовка) | 6 | ОК 09 ОК 10 |
| | Отработка навыков делового общения (проведение деловой беседы, телефонных переговоров). Решение конфликтных ситуаций. Определение качеств руководителя | | |
| Раздел 3. Основы маркетинга | | | |
| Тема 3.1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга | Содержание учебного материала | 2 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 |
| | Маркетинг и его роль в развитии общественного питания. Принципы и функции маркетинга Структура маркетинговой деятельности. | | |
| Тема 3.2. Современное состояние и перспективы развития отрасли | Содержание учебного материала | 2 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 ПК 4.2-4.5 ПК 6.3. ОК 01-07 ОК 09 ОК 10 |
| | Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России и региона. Концепции и развития рыночных отношений. | | |
| Тема 3.3. Ценообразование на продукцию (услуги) | Содержание учебного материала | 4 | ПК 2.2-2.8 ПК 3.2-3.6 |
| | Цена, ценовая политика. Классификация цен. Формирование цен в предприятиях общественного питания. Процесс ценообразования. Стратегии ценообразования. | | |
| | Тематика практических занятий (практическая подготовка) | 4 | ПК 4.2-4.5 |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | <p>Определение цены на продукцию собственного производства в предприятии общественного питания</p> <p>Оценка качества и конкурентоспособности представленных услуг .</p> | | <p>ПК 6.3.</p> <p>ОК 01-07</p> <p>ОК 09</p> <p>ОК 10</p> | |
| | <p>Определение вида рекламы в соответствии с жизненным циклом товара.</p> | | | |
| Тема 3.4. Адаптация производства и сбыта к рыночной ситуации | <p>Содержание учебного материала</p> | 2 | <p>ПК 2.2-2.8</p> <p>ПК 3.2-3.6</p> <p>ПК 4.2-4.5</p> <p>ПК 6.3.</p> <p>ОК 01-07</p> <p>ОК 09</p> <p>ОК 10</p> | |
| | <p>Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики: упаковка, ассортимент, товарный знак, сервис и т.д., их характеристика.</p> | | | |
| | <p>Тематика практических занятий (практическая подготовка)</p> | 4 | | |
| | <p>Анализ ситуации на рынке товаров и услуг. Определение жизненного цикла продукции и услуг общественного питания.</p> <p>Разработка маркетинговых мероприятий. Определение формы распределения различных видов продукции.</p> | | | |
| | <p>Самостоятельная работа обучающихся</p> | 2 | | |
| | <p>Анализ особенностей стратегии ценообразования предприятий общественного питания</p> <p>Разработка рекламного буклета для предприятия общественного питания.</p> | | | |
| <p>Примерные темы курсовой работы (проекта) :</p> <p>Предприятия общественного питания как объект хозяйствования.</p> <p>Прогнозирование деятельности предприятий общественного питания.</p> <p>Трудовые ресурсы предприятий общественного питания.</p> <p>Кадры организации и производительность труда.</p> <p>Основные фонды предприятий общественного питания и их использование.</p> <p>Экономические показатели деятельности предприятий общественного питания.</p> <p>Товароснабжение предприятий общественного питания в рыночных условиях.</p> <p>Финансы предприятий общественного питания.</p> <p>Стратегическое планирование в предприятиях общественного питания.</p> <p>Товарооборот предприятий общественного питания.</p> <p>Имущество предприятий общественного питания.</p> <p>Товарные запасы и методы их планирования в предприятиях общественного питания.</p> <p>Оборотный капитал предприятий общественного питания. Фонды и средства предприятий питания (классификация и характеристика).</p> <p>Формирование финансовых ресурсов предприятия общественного питания.</p> <p>Финансовое планирование на предприятиях общественного питания.</p> <p>Издержки производства и обращения в общественном питании.</p> <p>Анализ и планирование издержек производства и обращения в общественном питании.</p> <p>Формирование цен на продукцию и услуги предприятий общественного питания.</p> <p>Прибыль предприятий общественного питания различных организационно-правовых форм.</p> <p>Мотивация труда в предприятиях общественного питания.</p> <p>Оплата труда в предприятиях общественного питания.</p> <p>Управление персоналом на предприятии .</p> <p>Разработка стратегии развития предприятия.</p> | | | 20 | |

| | | |
|---|------------|--|
| <p>Маркетинговые подходы к ценообразованию на предприятии.</p> <p>Комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия.</p> <p>Оптимизация организационной структуры управления на предприятии.</p> <p>Управление конфликтами на предприятии Управление жизненным циклом продукта средствами маркетинга.</p> <p>Разработка рекламной компании товара (услуги) на предприятии</p> | | |
| Всего: | 116 | |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения: наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя; - комплект законодательных и нормативных документов;

- комплект учебно-методических материалов.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением, имеющим выход в сеть Интернет;

- мультимедиа проектор;

- принтер;

- программное обеспечение общего и профессионального назначения.

в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности 43.02.15

Поварское и кондитерское дело.

3.2.1. Основные печатные издания

Основная литература:

1. Жабина С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании, М.: ИЦ «Академия», 2020.

2. Фридман А.М. Экономика предприятия общественного питания, М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. (согласовано к использованию на заседании ПЦК).

Дополнительные источники:

3. Липсиц И.В. Экономика -М.: ВИТА-ПРЕСС, 2012.-272с.

4. Гражданский Кодекс РФ (ст. 48-123), ч. I от 30.11.1994 г. № 51-Ф.3.

Интернет-ресурсы:

5. <http://www.consultant.ru/>

6. <http://www.infourok.ru/>

7. <http://www.nalog.ru/>

8. <http://www.nalogi.com.ru>