

Приложение 2.12
к ОПОП-П по специальности
43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Рабочая программа дисциплины

«ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	84
1. Общая характеристика	85
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	85
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	85
2. Структура и содержание ДИСЦИПЛИНЫ.....	86
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины	86
2.2. Содержание дисциплины.....	87
2.3. Курсовой проект (работа)	137
3. Условия реализации ДИСЦИПЛИНЫ	92
3.1. Материально-техническое обеспечение.....	92
3.2. Учебно-методическое обеспечение	92
4. Контроль и оценка результатов освоения ДИСЦИПЛИНЫ.....	93

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга»: формирование представлений в области экономики менеджмента и маркетинга, развитие нового экономического мышления, необходимого в практике экономической и управленческой работы.

Дисциплина «ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга» включена в обязательную часть цикла образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ОПОП-П).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<i>Код ОК</i>	Уметь	Знать
ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.	<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 	<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 направления его использования в условиях рыночной экономики; организацию служб маркетинга на фирмах;

	жизненного цикла товара, разработки маркетинговых программ.	<ul style="list-style-type: none"> - 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; <ul style="list-style-type: none"> – задачи управления персоналом в связи с маркетинговой деятельностью.
--	---	---

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	104	22
<i>Курсовая работа (проект)</i>	20	20
Самостоятельная работа	4	-
Промежуточная аттестация в <i>форме экзамена</i>	10	-
Всего	118	42

2.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	
Раздел 1. Основы экономики			
Тема 1.1. Основные положения экономической теории	Содержание учебного материала	4	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	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	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	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	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	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)		
	Определение рыночных структур. Расчет эластичности спроса и предложений . Построение графиков спроса и предложения. Показатели уровня производительности труда.	4	
Тема 1.4. Доходы и расходы предприятия	Содержание учебного материала		ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	Понятие дохода, прибыли, о равновесии предприятия и максимизации прибыли. Издержки и прибыль.	4	
	Понятие издержек. Виды издержек и их значение для анализа положения предприятия на рынке.		
	Тематика практических занятий (практическая подготовка)		
	Расчет затрат и прибыли предприятия. Расчет производительности труда.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Производительность- мера измерения эффективности функционирования фирмы		
Тема 1.5.Механизм формирования заработной платы	Содержание учебного материала		ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	Экономический смысл заработной платы. Рынок труда и цена труда. Формы оплаты труда.	4	
	Тематика практических занятий (практическая подготовка)		
	Факторы, определяющие дифференциацию в оплате труда. Начисление заработной платы. Планирование численности и состава персонала.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Анализ применения форм и систем оплаты труда разных категорий персонала предприятий общественного питания	2	
Раздел 2 Основы менеджмента			
Тема 2.1 Особенности менеджмента в области профессиональной	Содержание учебного материала		ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	Основные понятия и категории менеджмента.	2	

деятельности	Особенности менеджмента предприятий общественного питания, цели и задачи.		
Тема 2.2 Функции менеджмента	Содержание учебного материала	4	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	Функции планирования. Процесс стратегического планирования .Функции организации.		
	Организационные структуры управления. Делегирование полномочий, пределы полномочий.		
Тема 2.3 Стили управления	Содержание учебного материала	4	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	Авторитарный стиль управления. Демократический стиль управления. Либеральный стиль управления. Их характеристика «Решетка менеджмента».		
	Теория лидерства, подходы к лидерству, типы лидерства.		
	Тематика практических занятий (практическая подготовка)	4	
	Использование в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения, разбор ситуаций. Владение приемами делового общения.		
Тема 2.4. Коммуникации в управлении	Содержание учебного материала	2	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	Коммуникации: понятие, виды. Процесс коммуникаций. Особенности процесса коммуникаций в предприятиях общественного питания.		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
	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	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	Деловое и управленческое общение: понятие, назначение. Роль общения для современного специалиста. Правила ведения деловых бесед, совещаний.		
	Техника ведения телефонных переговоров.		
	Тематика практических занятий (практическая подготовка)	6	
	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	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	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	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	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	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	Цена, ценовая политика. Классификация цен. Формирование цен в предприятиях общественного питания. Процесс ценообразования. Стратегии ценообразования.		
	Тематика практических занятий (практическая подготовка)	4	
	Определение цены на продукцию собственного производства в предприятии общественного питания		
Оценка качества и конкурентоспособности представленных услуг . Определение вида рекламы в соответствии с жизненным циклом товара.			
Тема 3.4. Адаптация производства и сбыта к рыночной ситуации	Содержание учебного материала	2	ОК 01- ОК 07, ОК 09- ОК 11.
	Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики: упаковка, ассортимент, товарный знак, сервис и т.д., их характеристика.		
	Тематика практических занятий (практическая подготовка)	4	
	Анализ ситуации на рынке товаров и услуг. Определение жизненного цикла продукции и услуг общественного питания. Разработка маркетинговых мероприятий. Определение формы распределения различных видов продукции.		
Самостоятельная работа обучающихся	4		
Анализ особенностей стратегии ценообразования предприятий общественного питания Разработка рекламного буклета для предприятия общественного питания.			

Курсовая работа (проект)	20	
Промежуточная аттестация	10	
Всего:	118	

2.3. Курсовой проект (работа)

Выполнение курсового проекта (работы) по дисциплине является обязательным
Тематика курсовых проектов (работ)

1. Предприятия общественного питания как объект хозяйствования.
2. Прогнозирование деятельности предприятий общественного питания.
3. Трудовые ресурсы предприятий общественного питания.
4. Кадры организации и производительность труда.
5. Основные фонды предприятий общественного питания и их использование.
6. Экономические показатели деятельности предприятий общественного питания.
7. Товароснабжение предприятий общественного питания в рыночных условиях.
8. Финансы предприятий общественного питания.
9. Стратегическое планирование в предприятиях общественного питания.
10. Товарооборот предприятий общественного питания.
11. Имущество предприятий общественного питания.
12. Товарные запасы и методы их планирования в предприятиях общественного питания.
- 13.оборотный капитал предприятий общественного пит
14. ания. Фонды и средства предприятий питания (классификация и характеристика).
15. Формирование финансовых ресурсов предприятия общественного питания.
16. Финансовое планирование на предприятиях общественного питания.
17. Издержки производства и обращения в общественном питании.
18. Анализ и планирование издержек производства и обращения в общественном питании.
19. Формирование цен на продукцию и услуги предприятий общественного питания.
20. Прибыль предприятий общественного питания различных организационно-правовых форм.
21. Мотивация труда в предприятиях общественного питания.
22. Оплата труда в предприятиях общественного питания.
23. Управление персоналом на предприятии .
24. Разработка стратегии развития предприятия.
25. Маркетинговые подходы к ценообразованию на предприятии.

26. Комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия.
27. Оптимизация организационной структуры управления на предприятии.
28. Управление конфликтами на предприятии Управление жизненным циклом продукта средствами маркетинга.
29. Разработка рекламной компании товара (услуги) на предприятии

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет социально-экономических дисциплин, оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-П.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

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).

3.2.2. 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.

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

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

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

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоенности компетенций	Методы оценки
<p><i>Знает:</i></p> <p>основные положения Конституции Российской Федерации;</p> <p>- права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации;</p> <p>- понятие правового регулирования в сфере профессиональной деятельности;</p> <p>- законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности;</p> <p>- организационно-правовые формы юридических лиц;</p> <p>- правовое положение</p>	<p>Демонстрирует умения участвовать в выборе наиболее эффективной организационно-правовой формы для деятельности организации ресторанного бизнеса, формировании пакета документов для открытия предприятия;</p> <p>рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанного бизнеса и анализировать их динамику; анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации; рассчитывать показатели эффективности</p>	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p>

<p>субъектов предпринимательской деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 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 	<p>использования ресурсов организации;</p> <p>проводить инвентаризацию на предприятиях питания;</p> <p>рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией ресторанного бизнеса в бюджет и в государственные внебюджетные фонды, рассчитывать проценты и платежи за пользование кредитом, уплачиваемые организацией банку;</p> <p>планировать и контролировать собственную деятельность и деятельность подчиненных;</p> <p>выбирать методы принятия эффективных управленческих решений;</p> <p>управлять конфликтами и стрессами в организации;</p> <p>применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия;</p> <p>анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг;</p> <p>составлять бизнес-план для организации ресторанного бизнеса</p> <p>анализировать возможности организации питания в области выполнения планов по производству и реализации на основании уровня технического оснащения, квалификации поваров и кондитеров; прогнозировать изменения на рынке ресторанного бизнеса и восприятие потребителями меню;</p> <p>анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанного бизнеса;</p> <p>грамотно определять маркетинговую политику организации питания</p>	
--	---	--

<p>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;</p> <p>- содержание и структура маркетинговых программ; задачи управления персоналом в связи с маркетинговой деятельностью.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>рассчитывать по принятой методологии технико-экономические показатели деятельности предприятия;</p> <p>- использовать экономическую и нормативную документацию в профессиональной деятельности;</p> <p>- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;</p> <p>- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</p> <p>профессионально вести маркетинговую работу;</p> <p>- готовить предложения по товарной политике на основе сопоставительного анализа параметров конкурентоспособности товара;</p> <p>- владеть навыками поиска, сбора, систематизации, анализа и использования вторичной и первичной (оперативной) маркетинговой информации;</p> <p>- владеть навыками кабинетных и полевых маркетинговых</p>	<p>(товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке); проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанного бизнеса</p>	
---	--	--

<p>исследований; - практически использовать средства организационной и вычислительной техники для проведения маркетинговых исследований, анализа конкурентоспособности и жизненного цикла товара, разработки маркетинговых программ.</p>		
--	--	--