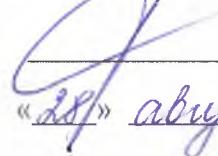


Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«Мамадышский политехнический колледж»
(ГАПОУ «Мамадышский ПК»)

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по ТО

 Файзреева В.В.

«28» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП. 07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

по специальности

19.02.10 Технология продукции общественного питания

2020 г.

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания, приказ Министерства образования и науки от 22 апреля 2014 г. № 384 (Зарегистрировано в Минюсте России 23 июля 2014 г. № 33234)

Обсуждена и одобрена на заседании Протокол № 1
предметно-цикловой комиссии «28 » августа 2020 г.
преподавателей и мастеров Председатель ПЦК:
производственного обучения Мирзаянова В.В.
общепрофессиональных дисциплин

Разработчик: Мирзаянова Венера Васильевна, преподаватель

Министерство образования и науки Республики Татарстан
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«Мамадышский политехнический колледж»

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по ТО
Файзреева В.В.
«___» 20___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

ОП.07 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
по ППССЗ 19.02.10 Технология продукции общественного питания
по программе базовой подготовки

2018 г.

Программа учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по ППССЗ 19.02.10 Технология продукции общественного питания по программе базовой подготовки, входящий в состав укрупненной группы 19.00.00 Промышленная экология и биотехнология.

Организация-разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Мамадышский политехнический колледж»

Рассмотрена на заседании методической (цикловой) комиссии общепрофессиональных дисциплин ГАПОУ «Мамадышский ПК»

протокол № _____ от _____ 20____ г.
Председатель ЦК _____ Мирзаянова В.В.

Зам. директора по УПР _____ Хакимов Д.Р.
_____ 20____ г.

Разработчик: Мирзаянова В.В. – преподаватель ГАПОУ «Мамадышский ПК»

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА

1.1. Область применения рабочей программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по ППССЗ 19.02.10 Технология продукции общественного питания по программе базовой подготовки, входящий в состав укрупненной группы 19.00.00 Промышленная экология и биотехнология.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина относится к группе общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины: результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:

Коды формируемых компетенций	Уметь	Знать
ОК 1-9 ПК 1.1-1.3, 2.1-2.3, 3.1-3.4, 4.1-4.4, 5.1-5.2, 6.1-6.5	<ul style="list-style-type: none">– рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;– анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг	<ul style="list-style-type: none">– 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 учебной дисциплины:

- максимальной учебной нагрузки обучающихся - 84 часа, в том числе:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающихся - 56 часов;
- самостоятельной работы обучающихся - 28 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объём часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	84
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	56
в том числе:	
теоретические занятия	26
практические занятия	10
Курсовая работа	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	28
в том числе:	
внеаудиторная самостоятельная работа	28
Итоговая аттестация в форме защиты курсовой работы	

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, курсовая работа (проект) (если предусмотрены).	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Основы экономики.		20	
Тема 1.1. Сущность экономики и история ее развития	Содержание Понятие об экономике и экономической деятельности людей. Основные положения экономической теории. Методы и функции экономической теории. Составная часть экономики: микро- и макроэкономика	2	2
Тема 1.2. Производство и экономика	Содержание Значение процесса производства и его место в экономике страны. Факторы производства. Издержки производства. Ограниченност ресурсов. Стадии развития производства. Структура современного производства. Натуральное и товарное производство. История товарного производства. Нетоварный сектор экономики. Товарное обращение. Товар как экономическая категория.	2	2
Тема 1.3. Принципы рыночной экономики	Содержание Понятие рынка, условия его возникновения. Виды рынков. Основные функции рынка. Механизм рыночного саморегулирования и его основные элементы Законы спроса и неценовые факторы рыночного спроса. Закон предложения и неценовые рыночные предложения.	2	2
Тема 1.4. Макроэкономические показатели	Содержание Основные черты макроэкономики. Система показателей макроэкономики. Номинальный и реальный ВНП. Экономический рост в обществе. Пути и факторы экономического роста.	2	2
Тема 1.5. Макроэкономическая нестабильность	Содержание Макроэкономическое равновесие. Цикличность развития рыночной экономики. Экономический цикл и его фазы. Две стороны экономического кризиса. Последствия неравновесия. Основные цели и направления государственного регулирования рыночной экономики. Социальная политика государства.	2	3
	Самостоятельная работа: выполнение домашних заданий по разделу 1.	10	

	Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Школы экономических учений. Типы и модели экономических систем. Биржи и биржевые сделки. Эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночная цена и точка равновесия. Монополии и монополистические союзы. Проблема неравенства доходов. Кривая Лоренца и индекс Джини.		
Раздел 2. Экономика организации		2	
Тема 2.1. Место предприятий общественного питания в экономике	Содержание Значение, современное состояние и перспективы развития предприятий общественного питания.	1	3
Тема 2.2. Предприятие. Факторы производства	Содержание Понятие предпринимательства, его виды и сущность. Субъекты предпринимательской деятельности. Роль и организация хозяйствующего субъекта в рыночной экономике. Роль земли в сельском хозяйстве. Земля как предмет и средство труда. Экономические показатели использования земли. Основные фонды. Классификация основных фондов. Оценка и износ основных фондов. Амортизация основных фондов. Оборотные средства предприятий. Классификация оборотных фондов. Трудовые ресурсы сельскохозяйственной организации.	1	2
Раздел 3. Основы менеджмента		22	
Тема 3.1. Сущность современного менеджмента	Содержание Сущность и характерные черты современного менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления. История развития менеджмента. Школы менеджмента. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности (по отраслям). Функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация и контроль деятельности экономического субъекта. Значение и содержание функций менеджмента.	2	2
Тема 3.2 Цикл управления. Методы управления	Цикл менеджмента. Связующие процессы. Система методов управления. Экономическое, административное и социально-психологическое воздействие. Необходимость сочетания всех методов управления. Значение психологических методов управления. Личность и ее свойства. Социально-психологические отношения. Искусство делового общения в работе менеджера. Принципы делового общения. Законы и приемы делового общения.	4	

	Барьеры общения и пути их устранения. Сущность и элементы руководства. Стили руководства. Форма власти и влияние. Управление неформальной организацией. Неформальный лидер и работа с ним. Управление конфликтами и стрессами.		
	Практические работы Сущность современного менеджмента. Школы менеджмента. Цикл менеджмента.	4	
Тема 3.3 Стили управления	Содержание Управление трудовым коллективом. Лидерство. Практические работы Использование в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения, разбор ситуаций.	2	
	Самостоятельная работа: выполнение домашних заданий по разделу 3. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Школы менеджмента. Факторы внешней среды организации. Социальная ответственность и этика менеджмента. Социально-психологические отношения в трудовом коллективе. Коммуникация и ее виды в управлении. Этапы коммуникации. Барьеры общения и пути их устранения. Управление конфликтами и стрессами. Управление неформальной организацией.	8	
Раздел 4. Основы маркетинга		20	
Тема 4.1 Сущность маркетинга	Содержание. Маркетинг как экономическая категория. Сущность и цели маркетинга. История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Основные принципы и функции маркетинга и его связь с менеджментом. Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности (по отраслям). Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.	2	2
Тема 4.2 Основные стратегии маркетинга. Жизненный цикл товара. Ценообразование	Понятие товара в маркетинге. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл продукции. Сущность ассортиментной политики, формирование товарного ассортимента и товарной номенклатуры	4	2

	<p>Понятие и сущность цены. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Механизмы ценообразования на продукцию. Методы ценообразования. Основные виды ценовой стратегии. Управление ценами: скидки и демпинг.</p> <p>Практические работы. Определение жизненного цикла товара и задач маркетинга. Анализ ситуации на рынке товаров и услуг. Управление ценами: скидки и демпинг.</p> <p>Самостоятельная работа: выполнение домашних заданий по разделу 4.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Состояние спроса и задачи маркетинга. Принципы сегментирования. Решение о товарной марке и маркировке. Решение об упаковке товара. Ассортиментная политика. Ценовые стратегии в маркетинге.</p>		2
		4	
Курсовая работа	<p>Выбор и утверждение темы. Сбор материала Составление развернутого плана работы Подбор литературных источников Работа над введением Работа над первой главой курсовой работы Работа над второй и третьей главой курсовой работы Работа над заключением, списком использованной литературы Оформление работы Подготовка доклада к защите Защита курсовой работы</p>	10	
		20	
	Всего:	84	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебных наглядных пособий Основы экономики, маркетинга и менеджмента;
- нормативно-правовые документы.

Технические средства обучения:

- интерактивная доска с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Гомола А.И. Экономика для профессий и специальностей социально-экономического профиля: учебник. Издательский центр «Академия», 2017 – 336 с.
2. Минаков И.А.. Экономика управления предприятиями , отраслями и комплексами: уч. пособие. – Лань , - 2017.
2. Шаляпина И.П.. Планирование на предприятии АПК: Учеб. пособие. М.: Лань,- 2017
3. Гаумов В.И. Маркетинг: Учебник. – М., 2016.
4. Герасименко В.В. Маркетинг – М.: Проспект, 2016.

Дополнительные источники

1. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: Вильямс, 2017.
2. Котлер Ф. Маркетинг. – СПб.: Питер, 2016.
3. Грязнова А.Г., Юданов А.Ю., ред. Микроэкономика: практический подход. – М., 2017.
4. Водяников В.Т. Экономика сельского хозяйства „Лань. Учебник. – М., 2017.
5. Экономика отраслей АПК./ Под ред. Минакова И.А. – М.: КолосС, 2016.
6. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. Учебник. – 4-е изд., прераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2017.
7. Теория управления: Учебник/Под общ. ред. Гапоненко А.Л. и Панкрухина А.П. изд. 3-е, доп. и перераб. – М.: Изд-во РАГС, 2017.
8. Барышев А.Ф. Маркетинг – М.: Академия, 2016.

9. «Маркетинг в России и за рубежом». Практический журнал Изд-во: Дело и сервис.
10. «Российский журнал менеджмента». Научно-исследовательский журнал. Издан по инициативе Высшей школы менеджмента СПбГУ.
11. Экономика сельского хозяйства России. Практический журнал. Учрежден Министерством сельского хозяйства РФ. Издательство: «Подольская периодика».

Интернет ресурсы

- 1.Интернет ресурсы по менеджменту. Режим доступа: <http://www.new-management.info/>
2. Интернет ресурсы по маркетингу. Режим доступа: <http://www.marketolog.ru/>-маркетолог
3. Сайты и учебные материалы по экономике для студентов. Режим доступа: <http://www.alleng.ru/edu/econom2.htm>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формируемые компетенции	Формы и методы контроля и оценки
<p>Освоенные умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организаций; – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; – анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг; <p>Усвоенные знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные положения экономической теории; – принципы рыночной экономики; – современное состояние и перспективы развития отрасли; – роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; – механизмы ценообразования на продукцию (услуги); – формы оплаты труда; – стили управления, видов коммуникации; – принципы делового общения в коллективе; – управленческий цикл; – особенности менеджмента в области агрономии; – сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связи с менеджментом; – формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации 	<p>ОК 1-9 ПК 1.1-1.3, 2.1-2.3, 3.1-3.4, 4.1-4.4, 5.1-5.2, 6.1-6.5</p>	<p>Текущий контроль в форме защиты лабораторных работ и практических занятий</p> <p>Тестирование.</p> <p>Зачеты по практическим работам и по каждому из разделов учебной дисциплины.</p> <p>Курсовая работа.</p>

