

Министерство образования и науки Республики Татарстан  
государственное автономное профессиональное  
образовательное учреждение  
«Нурлатский аграрный техникум»

СОГЛАСОВАНО  
Заместитель директора по ТО  
Т.Н.Таймуллина  
«10» 06 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГАПОУ «НАТ»  
А.А.Граф  
«11» 06 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

для специальности

19.02.10 Технология продукции общественного питания

Рассмотрена на заседании  
предметно-цикловой комиссии  
общеобразовательных дисциплин  
Протокол № 8  
от «22» 04 2020г.  
Председатель ПЦК \_\_\_\_\_  
Х.М.Хайбуллова

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта для учреждений среднего профессионального образования по специальности **19.02.10 Технология продукции общественного питания.**

**Организация-разработчик:** государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Нурлатский аграрный техникум».

**Разработчик:** Хисматова Зиля Сулеймановна, преподаватель.

## Содержание

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>5</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>11</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>12</b>

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

### **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования 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 цикл и относится к общепрофессиональным дисциплинам.

### **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 организаций;
- 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;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в отрасли;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

Изучение учебной дисциплины способствует формированию следующих **общих компетенций**:

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), за 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

**В результате освоения учебной дисциплины обучающийся овладевает профессиональными компетенциями:**

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. Организовывать и проводить приготовление канапе, легких и сложных холодных закусок.

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

ПК 2.3. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных соусов.

ПК 3.1. Организовывать и проводить приготовление сложных супов.

ПК 3.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих соусов.

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

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

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

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

ПК 4.3. Организовывать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий.

ПК 4.4. Организовывать и проводить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении.

ПК 5.1. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов.

ПК 5.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов.

ПК 6.1. Участвовать в планировании основных показателей производства.

ПК 6.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 6.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 6.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 6.5. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию.

В результате изучения вариативной части цикла по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» обучающийся должен

**Уметь:** использовать в работе организации основы логистики; составлять и заключать договоры подряда;

**Знать:** аспекты внешнеэкономической деятельности организации; требования, предъявляемые к современному менеджеру.

#### **1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 96 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 64 часов;

самостоятельной работы обучающегося 32 часа.

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

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

Вид учебной работы	Объем часов
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	96
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	64
<b>в том числе:</b>	
практические занятия	24
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	32
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

**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
<b>Раздел 1. Основы экономики</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	22	
Тема1.1. Сущность экономики и история ее развития	Понятие об экономике и экономической деятельности людей. Основные положения экономической теории. Методы и функции экономической теории. Составная часть экономики: микро- и макроэкономика.	2	1,2
Тема1.2. Производство и экономика	Значение процесса производства и его место в экономике страны. Факторы производства. Издержки производства. Ограниченность ресурсов. Стадии развития производства. Структура современного производства.	2	1,2
Тема. 1.3. Принципы рыночной экономики	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. Кривая спроса и предложения.	2	1
Тема. 1.4. Макроэкономические показатели	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	Макроэкономическое равновесие. Цикличность развития рыночной экономики. Экономический цикл и его фазы. Две стороны экономического кризиса. Последствия неравновесия. Безработица, ее типы и последствия. Сущность и виды инфляции. Причина и последствия инфляции. Взаимосвязь безработицы и инфляции.	4	2
Тема. 1.6. Макроэкономическое регулирование	Основные цели и направления государственного регулирования рыночной экономики. Социальная политика государства.	2	2
	<b>Практические занятия:</b> - Экономические потребности общества. Свободные и экономические блага общества. - Систематизация факторов производства. Расчет прибыли и рентабельности	8	3

	<p>продукции.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Экономические часы. Значение специализации и обмена.</li> <li>- Концепция равновесия рынка. Анализ рыночных структур, рыночного равновесия. – Графическое изображение спроса и предложения, избытка и дефицита.</li> <li>- Изучить информацию о потребительской корзине, прожиточном минимуме, минимальном размере оплаты труда.</li> </ul>		
	<p><b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 1.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Доклад: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Школы экономических учений.</li> <li>- Типы и модели экономических систем.</li> <li>- Биржи и биржевые сделки.</li> <li>- Эластичность спроса. Эластичность предложения.</li> <li>- Рыночная цена и точка равновесия.</li> <li>- Монополии и монополистические союзы.</li> </ul> </li> <li>2. Подготовить информацию о прибыльности и рентабельности продукции, произвести расчеты.</li> <li>3. Начертить экономические часы и анализировать по результатам специализацию обмена, торговли, прибыльности предприятия.</li> </ol>	<u>12</u>	
<b>Раздел 2. Основы менеджмента</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>22</b>	
Тема 2.1. Сущность современного менеджмента	<p>Сущность и характерные черты современного менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления. История развития менеджмента. Школы менеджмента.</p> <p>Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности. Организация, как форма существования людей. Организация как открытая система.</p>	2	2
Тема 2.2. Цикл управления	Функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация и контроль деятельности экономического субъекта. Значение и содержание функций менеджмента. Цикл менеджмента. Связующие процессы.	4	2
Тема 2.3. Методы управления	Система методов управления. Экономическое, административное и социально-психологическое воздействие. Необходимость сочетания всех методов управления.	2	1,2

	<p>Значение психологических методов управления. Личность и ее свойства. Социально-психологические отношения.</p> <p>Информационные технологии в сфере управления. Значение управления информацией и требования, предъявляемые к ней. Коммуникация в системе управления. Основные элементы и этапы коммуникации.</p> <p>Искусство делового общения в работе менеджера. Принципы делового общения. Законы и приемы делового общения. Барьеры общения и пути их устранения.</p> <p>Сущность и элементы руководства. Стили руководства. Форма власти и влияние. Управление неформальной организацией. Неформальный лидер и работа с ним. Управление конфликтами и стрессами.</p>	2	1,2
	<p><b>Практические занятия</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Использование в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения, разбор ситуаций.</li> <li>- Изучение основных понятий руководства. Разбор производственных ситуаций.</li> <li>- Построение и анализ организационной структуры управления конкретного предприятия.</li> <li>- Использование на практике методов планирования и организации работы подразделения с учетом особенностей менеджмента.</li> </ul> <p><b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 2.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Реферат: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Школы менеджмента.</li> <li>- Факторы внешней среды организации.</li> <li>- Социальная ответственность и этика менеджмента.</li> <li>- Социально-психологические отношения в трудовом коллективе.</li> <li>- Коммуникация и ее виды в управлении. Этапы коммуникации.</li> <li>- Барьеры общения и пути их устранения.</li> <li>- Управление конфликтами и стрессами.</li> <li>- Управление неформальной организацией.</li> </ul> </li> <li>2. Используя приобретенные знания и умения произвести оценку собственных экономических действий и предпринимательских качеств в организации производства.</li> <li>3. Подготовить тестовый опрос (анкету) для сотрудников фирмы с целью раскрытия личностных качеств сотрудников.</li> </ol>	8	3

<b>Раздел. 3. Основы маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>20</b>	
Тема. 3.1. Сущность маркетинга	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	1,2
Тема. 3.2. Основные стратегии маркетинга	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. 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.	4	2
	<b>Практические занятия</b> - Определение жизненного цикла товара и задач маркетинга. - Анализ ситуации на рынке товаров и услуг. - Анализ маркетинговой деятельности конкретного предприятия. - <b>Дифференцированный зачет</b>	8	3
	<b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 3. 1. Доклады: - Состояние спроса и задачи маркетинга. - Принципы сегментирования. - Решение о товарной марке и маркировке. - Решение об упаковке товара. - Ассортиментная политика. - Ценовые стратегии в маркетинге. 2. Изучить информацию о поощрительных системах оплаты труда и о цене труда в экономически развитых странах. 3. Разработать рекламу товара в соответствии с основными принципами маркетинга.	10	

	4. Ознакомиться с правовым положением ЦБ РФ. Определить задачи ЦБ и КБ.		
<b>Итого</b> (максимальное/аудиторная/практическое)		96/64/24	

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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебные и наглядные пособия.

Технические средства обучения:

- интерактивная доска с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор;
- обучающие видеофильмы по экономике.

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

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

**Основные источники:**

1. Жабина С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования/ С.Б.Жабина, О.М.Бурдюгова, А.В.Колесова.- 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2017
- 2.Чуев И.Н., Чуева Л.Н. Экономика предприятия: Учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М., 2018.
3. А. Д. Косьмин, Н. В. Свинтицкий, Е. А. Косьмина Менеджмент. Учебник для студентов учреждений СПО - М.: Издательский центр «Академия», 2017.- 208с.
4. А.Ф.Барышев Маркетинг. – М.: Академия, 2018.
5. Т.Ю.Базаров Управление персоналом: Учебник. – М.: Академия, 2018.

**Дополнительные источники:**

1. Грязнова А.Г., Юданов А.Ю., ред. Микроэкономика: практический подход. (Managerial Economics) – М., 2017.
2. Теория управления: Учебник/Под общ. ред. Гапоненко А.Л. и Панкрухина А.П. изд. 3-е, доп. и перераб. – М.: Изд-во РАГС, 2018.
3. «Маркетинг в России и за рубежом». Практический журнал Изд-во: Дело и сервис.
4. «Российский журнал менеджмента». Научно-исследовательский журнал. Издан по инициативе Высшей школы менеджмента СПбГУ.
5. Экономика сельского хозяйства России. Практический журнал. Учрежден Министерством сельского хозяйства РФ. Издательство: «Подольская периодика».

**Интернет-ресурсы:**

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

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

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

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Умения:</b>	
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	- письменный контроль
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	- экспертная оценка результатов выполнения практических работ
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	
<b>Знания:</b>	
-основные положения экономической теории;	- тестовый контроль
– принципы рыночной экономики;	- устный и письменный опрос
– роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;	- письменная проверка
– механизмы ценообразования на продукцию(услуги);	
– стили управления, виды коммуникации;	
– принципы делового общения в коллективе;	
– управленческий цикл;	
– особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства;	
– сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;	

Продано, пронумеровано скреплено печатью  
15 листов

Секретаря Правления  
части

Т.С. Гребенкова

