

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

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по ТО

Т.Н. Т.Н.Таймуллина  
«10» 06 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГАПОУ «НАТ»

А.А. А.А.Граф  
«27» 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 организации;
- 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**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	96
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	64
в том числе:	
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>	<b>22</b>	
Тема 1.1. 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
Тема 1.2. 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 ВВП. 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>	8	3
	- Экономические потребности общества. Свободные и экономические блага общества. - Систематизация факторов производства. Расчет прибыли и рентабельности		

	<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 разделу1.</p> <p>1. Доклад:</p> <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> <p>2. Подготовить информацию о прибыльности и рентабельности продукции, произвести расчеты.</p> <p>3. Начертить экономические часы и анализировать по результатам специализацию обмена, торговли, прибыльности предприятия.</p>	<u>12</u>	
<b>Раздел 2. Основы менеджмента</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>22</b>	
<b>Тема 2.1.</b> Сущность современного менеджмента	Сущность и характерные черты современного менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления. История развития менеджмента. Школы менеджмента.	2	2
	Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности. Организация, как форма существования людей. Организация как открытая система.	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

	Значение психологических методов управления. Личность и ее свойства. Социально-психологические отношения.		
	Информационные технологии в сфере управления. Значение управления информацией и требования, предъявляемые к ней. Коммуникация в системе управления. Основные элементы и этапы коммуникации.	2	1,2
	Искусство делового общения в работе менеджера. Принципы делового общения. Законы и приемы делового общения. Барьеры общения и пути их устранения.	2	1,2
	Сущность и элементы руководства. Стили руководства. Форма власти и влияние. Управление неформальной организацией. Неформальный лидер и работа с ним. Управление конфликтами и стрессами.		2
	<b>Практические занятия</b> - Использование в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения, разбор ситуаций. - Изучение основных понятий руководства. Разбор производственных ситуаций. - Построение и анализ организационной структуры управления конкретного предприятия. - Использование на практике методов планирования и организации работы подразделения с учетом особенностей менеджмента.	8	3
	<b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 2. 1. Реферат: - 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. 2. Используя приобретенные знания и умения произвести оценку собственных экономических действий и предпринимательских качеств в организации производства. 3. Подготовить тестовый опрос (анкету) для сотрудников фирмы с целью раскрытия личностных качеств сотрудников.	<u>10</u>	



<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.	2	1,2
	Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности(по отраслям). Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.	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.	4	2
	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>	8	3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Определение жизненного цикла товара и задач маркетинга.</li> <li>- Анализ ситуации на рынке товаров и услуг.</li> <li>- Анализ маркетинговой деятельности конкретного предприятия.</li> <li>- <b>Дифференцированный зачет</b></li> </ul>		
	<b>Самостоятельная работа:</b> выполнение домашних заданий по разделу 3. 1. Доклады: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Состояние спроса и задачи маркетинга.</li> <li>- Принципы сегментирования.</li> <li>- Решение о товарной марке и маркировке.</li> <li>- Решение об упаковке товара.</li> <li>- Ассортиментная политика.</li> <li>- Ценовые стратегии в маркетинге.</li> </ul> 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.	<u>10</u>	

	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.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
<b>Умения:</b>	
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	- письменный контроль - экспертная оценка результатов выполнения практических работ
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	
<b>Знания:</b>	
-основные положения экономической теории;	- тестовый контроль - устный и письменный опрос - письменная проверка
– 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 области механизации сельского хозяйства;	
– сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;	

Прошито, пронумеровано, скреплено печатью  
15 (Пятнадцать) листов  
Секретарь учредительной комиссии  
Т.С. Гребенкова  
части

