

Автономная некоммерческая
профессиональная образовательная организация
«Владимирский техникум экономики и права Владкоопсоюза»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.07 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
для специальности
19.02.10 Технология продукции общественного питания

г. Владимир

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее СПО) **19.02.10 Технология продукции общественного питания**

Организация-разработчик:

АН ПОО «Владимирский техникум экономики и права Владкоопсоюза»

Разработчик:

Неклюдова Анжелика Владимировна - преподаватель АН ПОО «Владимирский техникум экономики и права Владкоопсоюза»

Составитель:

Зайцева Елена Владимировна - преподаватель АН ПОО «Владимирский техникум экономики и права Владкоопсоюза»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины	4
2. Структура и содержание учебной дисциплины	6
3. Условия реализации учебной дисциплины	17
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	19

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.07 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **19.02.10 Технология продукции общественного питания**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании при повышении квалификации и переподготовке с целью обновления знаний, умений и повышения квалификации в рамках специальности.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.07 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» по специальности СПО 19.02.10 Технология продукции общественного питания является общепрофессиональной дисциплиной и принадлежит к профессиональному циклу.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения 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 дисциплины обучающийся должен знать:

- 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. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 120 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 80 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 40 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	120
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	80
в том числе:	
практические занятия	34
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	40
в том числе:	
- самостоятельная работа по решению практических задач	10
- самостоятельная работа с учебной литературой, конспектами, другие виды работ	30
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачёта	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин, актового зала, библиотеки с выходом в сеть Интернет.

Оборудование учебного кабинета:

- комплект учебной мебели,
- рабочее место преподавателя;
- комплексное учебно-методическое обеспечение дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»;
- микрокалькуляторы.

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор, экран, компьютер с лицензированным программным обеспечением.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Арзуманова Т. И., Мачабели М. Ш. Экономика организации: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2018.
2. Барышев А. Ф. Маркетинг: Учебник / Александр Фёдорович Барышев – 2-изд., стер.- М.: Издател. центр «Академия», 2015
3. Басовский Л. Е. Маркетинг: Учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФРА - М, 2016.
4. Грузинов В.П., Грибов Д.В. Экономика предприятия: Учеб М.: Финансы и статистика, 2015.
5. Егоршин А.П. Основы менеджмента: учебник, 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 350 с.

6. Кнышова Е. Н. Маркетинг: Учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФРА – М, 2015.
7. Кнышова Е. Н. Менеджмент: Учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФРА – М, 2015.
8. Морозов Ю.В. Основы маркетинга. – М.: Дашков и К, 2018.
9. Нумов А.И. Менеджмент: учебник для СПУЗ. – М.: Магистр, ИНФРА-М, 2018. - 288 с.
10. Раицкий К.А. Экономика организации (предприятия): Учебник. - М.: Дашков и К°, 2015.
11. Смирнова Г. Б. Менеджмент: Учебное пособие для студентов экономических колледжей и средних специальных учебных заведений. – М.: Дашков и К, 2016.
12. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2017.

Дополнительные источники:

1. Алексунин А. Ф. Маркетинг: Учебник. – М.: Дашков и К°, 2016.
2. Магомедов Ш. Ш. Маркетинговые исследования товаров и услуг: Учебное пособие. - М.: Дашков и К°, 2015.
3. Максименко Г. Б. Менеджмент: Учебное пособие для студентов экономических колледжей и средних специальных учебных заведений. – М.: Дашков и К, 2015.
4. Маркетинг. Практикум: учебное пособие. – М.: ТК Велби, Проспект, 2015.
5. Назаров Ю. А. Основы менеджмента: Учебное пособие / Ю.А. Назаров. – М.: Глобус; Волгоград: Альянс, 2015.
6. Полукаров В. Л. Основы менеджмента: учебное пособие / В. А. Полукаров. – 2-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2016.
7. Прошкова Т.П. Маркетинг: учебное пособие / Т. П. Прошкина.- Изд. 2-е – Ростов на Дону: Феникс, 2016.

8. Семёнов А.К. Набоков В.И. Основы менеджмента: Учебник.- 3-е изд. –М.: Дашков и К°, 2016.
9. Чечевицына Л.Н. Микроэкономика, Ростов на Дону: Феникс, 2016.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения 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
Освоенные умения	
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	- экспертная оценка практических работ
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.	
Усвоенные знания	
основные положения экономической теории;	- устный, письменный, тестовый опрос, - дифференцированный зачет
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	