



*Обособленное структурное подразделение  
«Волго-Каспийский морской рыбопромышленный колледж»  
федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования  
"Астраханский государственный технический университет"  
Система менеджмента качества в области образования и воспитания сертифицирована DQS  
по международному стандарту ISO 9001:2015*

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**учебной дисциплины**

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

**для специальности**

**19.02.10 Технология продукции общественного питания  
(базовая подготовка)**

**Астрахань  
2020**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания (базовая подготовка)

Организация-разработчик: ФГБОУ ВО «АГТУ» ОСП «Волго-Каспийский морской рыбопромышленный колледж» ФГБОУ ВО «АГТУ»

### Разработчики:

ФГБОУ ВО «АГТУ» ОСП «Волго-Каспийский морской рыбопромышленный кол- ледж»	преподаватель	<b>Т.Ю. Аветисова</b>
ФГБОУ ВО «АГТУ» ( место работы)	преподаватель ( занимаемая должность)	(инициалы ,фамилия)

### Эксперты от работодателя:

Кондитерский дом «Контраст»	управляющая	<b>Е.В.Иванча</b>
ООО «Наша кухня»	главный технолог	<b>Р.А.Путилов</b>
ИП Устинов (место работы)	старший технолог (занимаемая должность)	<b>В.А.Чекушин</b> (инициалы, фамилия)

Рассмотрена и одобрена на заседании цикловой комиссии технологических дисциплин от «31» августа 2020 года, протокол № 1.

Председатель цикловой комиссии \_\_\_\_\_ /М.А.Муханова

Согласована и рекомендована к использованию в учебном процессе «31» августа 2020 года

Заведующая отделением технологии и рыбного хозяйства \_\_\_\_\_ /А. С. Москаленко

Утверждена и рекомендована к использованию в учебном процессе «31» августа 2020 года

Заместитель директора по учебной работе \_\_\_\_\_ /А.Ю. Кузьмин

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>24</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>27</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## Основы экономики, менеджмента и маркетинга

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания (базовая подготовка).

**1.2. Место учебной дисциплины в программе подготовки специалистов среднего звена:** дисциплина входит в профессиональный цикл, как общепрофессиональная дисциплина.

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

**Цель изучения дисциплины-**усвоение знаний в области экономики, менеджмента и маркетинга, приобретение умений и их использование в условиях, моделирующих профессиональную деятельность.

**Задачи изучения дисциплины:**

- усвоить основные понятия в области экономики, менеджмента и маркетинга;
- изучить основные положения в области экономики и принципы рыночной экономики, показатели экономической деятельности предприятий общественного питания;
- рассмотреть состояния и перспективы развития сферы общественного питания;
- изучить механизмы ценообразования на продукцию и услуги, формирования заработной платы, форм оплаты труда;
- рассмотреть стили управления, виды коммуникаций, принципы делового общения в коллективе, особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- изучить основные элементы маркетинговой деятельности и выявить связи маркетинга с менеджментом;
- приобрести умения рассчитывать экономические показатели деятельности организации;
- формировать умения применять приемы делового и управленческого общения, анализа ситуаций на рынке услуг общественного питания.

Рабочая программа учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга направлена на освоение умений и знаний, необходимых для формирования профессиональных компетенций (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 тортов. ПК 5.1. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов. ПК 5.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов. ПК 6.1. Планировать основные показатели производства продукции общественного питания. ПК 6.2. Организовывать закупку и контролировать движение продуктов, товаров и расходных материалов на производстве. ПК 6.3. Разрабатывать различные виды меню и рецептуры кулинарной продукции и десертов для различных категорий потребителей. ПК 6.4. Организовывать производство продукции питания для коллективов на производстве. ПК 6.5. Организовывать производство продукции питания в ресторане) и развития 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), 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 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;
- 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;
- сущность планирования, принципы, методы и виды планирования;
- роль и основное назначение бизнес-плана;
- основные разделы бизнес-плана;

- 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 в рыночной ситуации.

#### **1.4. Запланированное количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**

Максимальной учебной нагрузки обучающегося -178 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки–138 часов;
- практических занятий – 48 часов;
- контрольных работ – 4 часа;
- самостоятельной работы обучающегося - 30 часов
- консультаций - 10 часов

## 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>	<b>178</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>138</b>
<i>в том числе:</i>	
практические занятия	48
контрольные работы	4
консультаций	10
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>30</b>
<i>в том числе:</i>	
<i>внеаудиторная самостоятельная работа</i> раскрытие сущности основных понятий основ экономики, менеджмента и маркетинга; подготовка эссе по отдельным темам, разбор схем; подготовка сообщений на отдельные темы, изучение классификаций издержек производства и обращения, указание отраслевых особенностей издержек обращения, представление в виде схемы показатели, используемые при расчетах, ознакомление с методикой расчета по налогообложению прибыли; решение практических задач экономического содержания по теме.	
<b>Аттестация в форме - дифференцированного зачета</b>	<b>2</b>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических занятий, самостоятельных работ	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Введение.		3	
Цели, задачи и предмет дисциплины.	Цели, задачи и предмет учебной дисциплины, ее структура и междисциплинарные связи. Роль и место знаний по дисциплине в подготовке специалистов-технологов.	2	1
Рыночная система хозяйствования	Основные понятия в области экономики, менеджмента и маркетинга. Общее представление об основных положениях экономической теории Рыночная система хозяйствования: понятие, сущность, функции и виды рынков. Принципы рыночной экономики. Инфраструктура и конъюнктура рынка: понятие, сущность		
	<i>Самостоятельная работа</i> Письменно раскрыть понятия и сущность инфраструктуры и конъюнктуры рынка	1	
<b>Раздел 1. Экономика общественного питания</b>		<b>93</b>	
<b>Тема 1.1.</b> Отрасль в условиях рынка. Ресурсы общественного питания		<b>6</b>	
	Отрасль: понятие, роль и значение в системе рыночной экономики. Признаки отрасли и сферы общественного питания. Современное состояние и перспективы развития общественного питания.	2	1
	Материально-технические, сырьевые, трудовые и финансовые ресурсы предприятий общественного питания: назначение, характеристика, особенности их формирования и эффективного использования.	2	1
	Рынок труда: понятие, его характерные черты. Основные экономические показатели развития сферы общественного питания в условиях рынка.	2	1



1	2	3	4
	<p><b>Самостоятельная работа</b> Подготовить эссе о современном состоянии и перспективах развития общественного питания. Подготовить сообщение по вопросу «Понятие и характерные черты рынка труда»</p>	2	
<p><b>Тема 1.2.</b> Организация как хозяйствующий субъект рыночной экономики</p>		6	1
	<p>Организация: понятие, основные признаки, цели функционирования. Классификация организаций по различным признакам (экономическому назначению, уровню специализации, характеру производства, размерам и т.д.) Особенности организаций общественного питания, влияющие на формирование их экономического потенциала. Направления деятельности организаций. Механизм функционирования организаций общественного питания в рыночных условиях.</p>	2	1
	<p>Организационно-правовые формы организаций общественного питания. Производственная и организационная структура организаций, их элементы. Инфраструктура организаций общественного питания.</p>	2	1
	<p>Предпринимательство: понятие, сущность, признаки. Виды предпринимательства: производственное, коммерческое, финансовое. Субъекты предпринимательства. Малый бизнес: понятие, значение, развитие. Роль хозяйствующих субъектов в рыночной экономике.</p>	2	1
	<p><b>Самостоятельная работа</b> Представить в виде схем классификацию организаций по различным признакам. Подготовить сообщение на тему: «Организационно-правовые формы»</p>	2	

1	2	3	4
<b>Тема 1.3.</b> Экономическое обоснование производственной программы и плана товарооборота		<b>12</b>	
	Продукция организации общественного питания: понятие, назначение. Виды и состав товарооборота общественного питания. Производственная программа: понятие, содержание, назначение. Факторы формирования производственной программы, исходные данные для ее экономического обоснования. Методы прогнозирования товарооборота.	2	2
	Покупательные фонды населения и емкость рынка: понятие и расчет. Методы расчета численности потребителей пользующихся услугами организации питания. Производственная мощность предприятия: понятие и расчет. Мощность горячего цеха и пропускная способность торгового зала.	2	2
	<i><b>Практическое занятие № 1</b></i> Расчет покупательных фондов населения и емкости рынка.	2	2
	<i><b>Практическое занятие № 2</b></i> Расчет пропускной способности зала и численности потребителей, пользующихся услугами предприятия питания	2	2
	<i><b>Практическое занятие № 3</b></i> Расчет производственной мощности предприятия общественного питания	2	2
	<i><b>Практическое занятие №4</b></i> Расчет производственной программы и товарооборота	2	2
	<i><b>Самостоятельная работа</b></i> Изучить понятие и назначение покупательских фондов населения и емкость рынка. Решить практические задачи экономического содержания по теме.	2	

<b>Тема 1.4.</b> Товарные запасы. Показатели эффективности их использования		<b>4</b>	<b>2</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
	Товарные ресурсы: сущность, источники их образования. Товарные запасы предприятий общественного питания: понятие, назначение, классификация. Абсолютные и относительные показатели измерения товарных запасов. Методы анализа и учета величины товарных запасов. Товарооборачиваемость и методика ее расчета. Нормирование товарных запасов.	<b>2</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие № 5</b> Расчет показателей товарооборачиваемости	<b>2</b>	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная работа</b> Письменно ответить на вопрос: «Значение товарных запасов для организации».	<b>1</b>	
<b>Тема 1.5.</b> Трудовые ресурсы. Эффективность Производительность труда. Формы и системы оплаты труда		<b>6</b>	<b>2</b>
	Основные понятия: труд и трудовые ресурсы. Особенности труда и трудовых ресурсов отрасли. Понятие о нормировании труда. Эффективность. Производительность труда: понятие, показатели. Методы измерения и показатели уровня производительности труда. Резервы и факторы роста производительности труда.	<b>2</b>	<b>2</b>
	Формы и системы оплаты труда. Доплаты и надбавки.	<b>2</b>	<b>2</b>

	<b>Практическое занятие № 6</b> Расчет оплаты труда работников общественного питания	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Кратко описать понятия «нормирование труда», «эффективность труда»; Перечислить и представить в виде таблицы резервы и факторы роста производительности труда	2	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Тема 1.6.</b> Издержки производства и обращения		<b>6</b>	
	Издержки производства и обращения (расходы на продажу): понятие, экономическая сущность, классификация, показатели. Факторы влияющие на величину и структуру издержек производства и обращения (расходов на продажу).	2	2
	<b>Практическое занятие № 7</b> Расчет суммы и уровня издержек производства и обращения (расходов на продажу) по статьям.	2	2
	<b>Практическое занятие № 8</b> Расчет суммы и уровня издержек производства и обращения (расходов на продажу) по предприятию в целом.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Изучить классификацию издержек производства и обращения. Выделить отраслевые особенности издержек обращения.	2	
<b>Тема 1.7.</b> Ценообразование, себестоимость, валовой доход		<b>10</b>	
	Цена: понятие, сущность, ее функции в рыночных условиях. Классификация цен на товары и услуги. Рыночный механизм ценообразования. Цели и этапы ценообразования. Ценообразующие факторы. Виды цен. Особенности ценообразования в общественном питании. Структура розничной и продажной цены. Характеристика элементов продажной цены. Виды торговых	2	2

	надбавок. Понятие о косвенных налогах: НДС, акцизы.		
	Себестоимость продукции и услуг общественного питания: понятие, структура, виды. Отраслевые особенности структуры себестоимости. Показатели, используемые при расчете себестоимости.	2	2
1	2	3	4
	Валовой доход: сущность, источники образования. Состав, порядок расчета и анализа валового дохода, абсолютные и относительные показатели его измерения.	2	
	<b>Практическое занятие № 9</b> Расчет продажной цены продукции собственного производства и покупных товаров.	2	2
	<b>Практическое занятие № 10.</b> Расчет себестоимости и валового дохода.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Подготовить сообщение по вопросу: «Особенности ценообразования на примере конкретной организации». Решить практические задачи на определение себестоимости и валового дохода	2	
<b>Тема 1.8. Прибыль и рентабельность</b>		<b>3</b>	
	Прибыль: понятие, экономическая сущность, назначение, функции, источники формирования. Показатели и виды прибыли. Налогообложение прибыли. Рентабельность: понятие, порядок определения, виды, показатели. Факторы влияющие на прибыль и рентабельность.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Ознакомиться с методикой расчета по налогообложению прибыли. Решить практические задачи на определении прибыли и рентабельности.	1	

	<b>Контрольная работа</b>	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Работа над ошибками, допущенными в контрольной работе	1	
<b>Тема 1.9.</b> Экономический анализ и бизнес-планирование		<b>4</b>	
	Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации общественного питания: сущность, значение, виды анализа, основные этапы аналитической работы. Методика анализа структуры и динамики показателей работы организации общественного питания (удельного веса, процента выполнения плана).	2	2
	Планирование: сущность, задачи. Виды планов. Основные этапы и методы планирования. Бизнес-план: сущность, назначение, структура, содержание, основы разработки	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Составить схему «Основные этапы аналитической работы»; - изучить структуру и содержание бизнес-плана, основу его разработки.	1	
<b>Тема 1.10</b> Планирование деятельности предприятия общественного питания	Выполнение практико-ориентированного задания с момента создания предприятия общественного питания до определения конечных результатов (экономической прибыли, рентабельности, точки безубыточности)	20	2
	<b>Практическое занятие № 11</b> Создание малого предприятия общественного питания	2	2
	<b>Практическое занятие №12</b> Определение производственной программы, мощности предприятия (годового объема выпуска продукции).	2	2
	<b>Практическое занятие № 13</b>	2	2

	Планирование потребности сырья, продовольственных товаров, его стоимости		
	<b>Практическое занятие № 14</b> Планирование потребности тарных материалов и его стоимости	2	2
	<b>Практическое занятие № 15</b> Планирование потребности электроэнергии для производственных нужд	2	2
1	2	3	4
	<b>Практическое занятие № 16</b> Планирование численности работников	2	2
	<b>Практическое занятие № 17</b> Планирование основного фонда заработной платы, дополнительной заработной платы и выплат на социальные нужды	2	2
	<b>Практическое занятие № 18</b> Определение расходов на содержание оборудования, транспортных, цеховых и прочих расходов	2	2
	<b>Практическое занятие № 19</b> Определение себестоимости продукции отпускной цены и прибыли, рентабельности	2	2
	<b>Практическое занятие № 20</b> Определение критического объема выпускаемой продукции, построение графика безубыточности.	2	2
<b>Раздел 2. Менеджмент</b>		<b>27</b>	
<b>Тема 2.1.</b> Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития		<b>3</b>	

	Условия и предпосылки возникновения менеджмента, его роль в развитии современного производства. История развития менеджмента. Основные этапы формирования менеджмента. Школа научного управления.	2	1
	<i>Самостоятельная работа.</i> Построить таблицу «Характерные черты современного менеджмента»	1	
1	2	3	4
<b>Тема 2.2.</b> Функции менеджмента Цикл менеджмента: понятие, содержание.		4	
	Функции менеджмента. Цикл менеджмента: понятие, содержание. Основные функции цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Характеристика функций цикла. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.	2	2
	<i>Практическое занятие № 21</i> Решение ситуационных задач по планированию деятельности организации (предприятия) общественного питания.	2	2
	<i>Самостоятельная работа.</i> Составить схему «Функции менеджмента»	1	
<b>Тема 2.3.</b> Система методов управления		4	
	Система методов управления. Методы управления: сущность, значение, классификация. Достоинства и недостатки разных методов управления. Классификация методов управления.	2	2
	<i>Практическое занятие № 22</i> Решение ситуационных задач по выбору метода управленческого воздействия с учетом конкретных ситуаций в предприятиях общественного питания.	2	2



	<b>Самостоятельная работа</b> Рассмотреть особенности использования различных методов управленческого воздействия в общественном питании.	1	
1	2	3	4
<b>Тема 2.4.</b> Принятие решений		4	
	Принятие решений. Управленческие решения: понятие, сущность, классификация, типы, условия принятия, требования предъявляемые к ним, этапы принятия решений. Организация и контроль исполнения управленческих решений. Методы принятия эффективных управленческих решений: математическое моделирование, методы экспертных оценок, «мозговой штурм», теория игр и др. Методы принятия управленческих решений, наиболее приемлемые в предприятиях общественного питания.	2	2
	<b>Практическое занятие № 23</b> Решение ситуационных задач методом мозгового штурма	2	2
<b>Тема 2.5.</b> Самоменеджмент Коммуникации в организации		4	
	Самоменеджмент: понятие, направления совершенствования организации труда руководителя, норма управляемости. Коммуникации: понятие, виды (вербальные и невербальные, внутренние и внешние, горизонтальные и вертикальные). Роль коммуникации в организации. Процесс коммуникации как средство передачи информации. Эффективная коммуникация. Особенности процесса коммуникации в предприятиях общественного питания. Управленческая информация: понятие, назначение, виды.	2	2

	<b>Практическое занятие №24</b> Выявление лидерских качеств методом тестирования	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b> Изучитьсамоменеджмент и применить его основные положения в своей деятельности в предприятии общественного питания.	1	
1	2	3	4
<b>Тема 2.6.</b> Руководство: власть и партнерство		2	
	Руководство: власть и партнерство. Власть и влияние: понятия. Виды власти и влияния, основанные на принуждении: на вознаграждении: а также законная, экспертная, эталонная. Баланс власти. Источники власти. Основные черты харизматической личности. Лидерство: понятие. Подходы к лидерству с позиции личных качеств, поведенческий подход, , ситуационный подход. Стили управления: понятие, виды (авторитарный, либеральный, демократический). Характеристика преимуществ и недостатков каждого стиля. Адаптивное руководство. Деловое и управленческое решение: понятие, назначение. Роль общения в работе современного менеджера. Формы общения: опосредованное, непосредственное. Фазы делового общения: начало беседы, передача информации, аргументирование, опровержение доводов , собеседника, принятие решений. Деловые беседы и совещание, их виды (проблемные, инструктивные, оперативные); назначение и особенности проведения.	2	1
<b>Тема 2.7.</b> Управление конфликтами и стрессами		3	

	Управление конфликтами и стрессами. Конфликты в организации: понятие, природа, последствия. Функции конфликтов: разрушительные, созидательные, диагностические. Виды и причины возникновения конфликтов.	2	2
	<i>Самостоятельная работа</i> Составить таблицу «Виды и причины возникновения конфликтов».	1	
	2	3	4
<b>Раздел 3. Маркетинг</b>		<b>39</b>	
<b>Тема 3.1.</b> Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции.		<b>3</b>	
	Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции. Принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга, их краткая характеристика. Основные концепции развития рыночных отношений, их характерные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этический маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.	<b>2</b>	<b>1</b>
	<i>Самостоятельная работа</i> .Составить схему маркетинговой деятельности.	<b>1</b>	
<b>Тема 3.2.</b> Сегментирование рынка Объективы маркетинговой деятельности Субъекты маркетинго-			

вой деятельности		4	
1	2	3	4
	<p>Сегментирование рынка. Основные понятия: сегментирование. Сегмент ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. Особенности сегментирования рынка услуг общественного питания.</p> <p>Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.</p>	2	1
	<p>Потребности как объективы маркетинга: понятие.</p> <p>Уровни потребностей: нужда, запрос, спрос. Определение понятий, их общность и различия.</p> <p>Классификация потребностей: по значимости (основные и дополнительные); по характеру (реальные и прогнозируемые); по социальному статусу (индивидуальные, семейные, фирменные, общественные); по назначению (физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные); по степени удовлетворенности (удовлетворенные, частично удовлетворенные и неудовлетворенные); по приоритетности потребностей (основные и дополнительные). Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. Потребности, удовлетво-</p>	2	

	<p>ряемые услугами общественного питания. Классификация участников деятельности</p>		
	<p><b>Самостоятельная работа</b> Указать маркетинговые мероприятия при разных видах спроса.</p>	<b>1</b>	
1	2	3	4
<p><b>Тема 3.3.</b> Конкуренция: основания необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки.</p>		<b>3</b>	
	<p>Конкуренция: основания необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания. Антимонопольное законодательство по защите конкуренции и конкурентной среды. Государственная поддержка малого предпринимательства. Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей: средства продвижения товаров.</p>	<b>2</b>	<b>1</b>
	<p><b>Самостоятельная работа</b> Выявить характерные признаки конкурентной среды и условия ее возникновения, изучить ФЗ « О защите конкуренции»</p>	<b>1</b>	
<p><b>Тема 3.4.</b> Ценовая политика</p>		<b>3</b>	
	<p>Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Влияние затрат на маркетинговые мероприятия на цены. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен в предприятиях общественного питания. Системы скидок и надбавок в предприятиях общественного питания. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними</p>	<b>2</b>	<b>2</b>

	<i>Самостоятельная работа.</i> Разработать схему «Классификация цен в предприятии общественного питания».	1	
1	2	3	4
	Контрольная работа	2	
	<i>Самостоятельная работа.</i> Работа над ошибками, допущенными в контрольной работе.	1	
<b>Тема 3.5</b> Сбытовая политика		2	
	Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, реализация, распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина функции, уровни, их возможности. Критерии выбора канала сбыта. Системы сбыта. Поставщики товаров и услуг для предприятий общественного питания. Место предприятий общественного питания в каналах распределения.	2	2
<b>Тема 3.6</b> Методы маркетинга		2	
	Методы маркетинга. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Классификация методов маркетинга на группы: изучения рынка, методы ФОС-СТИС и аналитические.	2	2
<b>Тема 3.7</b> Методы изучения рынка: назначение, подгруппы методов, их возможности,		2	

сфера применения, достоинства и недостатки			
	Методы изучения рынка: назначение, подгруппы методов, их возможности, сфера применения, достоинства и недостатки. Правила составления анкет: открытых и закрытых. Методика проведения опросов, виды и разновидности опросов, их достоинства и недостатки.	2	2
1	2	3	4
<b>Тема 3.8</b> Маркетинговые коммуникации продвижения товара		3	
	Маркетинговые коммуникации продвижения товара. Понятие ФОССТИС, его составные части и средства. Маркетинговая коммуникация – основная функция ФОССТИС. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж.	2	2
	<i>Самостоятельная работа.</i> Составить анкету с целью исследования рынка	1	
<b>Тема 3.9</b> Понятие рекламы, ее цели и функции. Формы рекламы.		2	
	Понятие рекламы, ее цели и функции. Формы рекламы. Рекламная деятельность. Виды рекламы. Рекламный бюджет. Правила рекламы. Законодательство о рекламе.	2	2
<b>Тема 3.10</b> Модель покупательского поведения.		2	

	Модель покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Реакция покупателей на покупку	2	2
1	2	3	4
<b>Тема 3.11</b> Организация маркетинговой деятельности на предприятии.		<b>3</b>	
	Организация маркетинговой деятельности на предприятии. Виды организационных структур службы маркетинга.	2	2
	<i>Самостоятельная работа.</i> Составить рекламу на кондитерские изделия	1	
<b>Тема 3.12</b> Планирование на предприятии, виды, уровни, принципы планирования.		2	
	Планирование на предприятии, виды, уровни, принципы планирования. Основы планирование на предприятии, виды, уровни, принципы планирования.	2	2
<b>Тема 3.13</b> Маркетинговый контроль.		2	
	Маркетинговый контроль. Основы маркетингового контроля. Объекты и типы маркетингового контроля.	2	2
<b>Тема 3.14</b> Понятие имиджа. Основы имиджологии		4	



	Понятие имиджа, его составляющие. Основы имиджологии. Имидж как основа карьеры человека.	2	2
	Значение имиджа для профессиональной деятельности человека.	2	2
	Зачетное занятие	2	

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 дисциплины осуществляется в учебном кабинете № 303 Социально-экономических дисциплин и № 313 Лаборатории компьютерного тестирования

Оборудование учебного кабинета № 303 Социально-экономических дисциплин.

- 1 Рабочие места обучающихся (столы, стулья, парты),
- 2 Рабочее место преподавателя (стол, стул),
- 3 Аудиторная доска меловая
- 4 Стенды-
- 5 Макеты
- 6 Плакаты
- 7 Портреты

#### **Технические средства обучения**

Оборудование Лаборатории компьютерного тестирования № 313

- 1 Компьютер Aquarius ПК Windows Vista Home Russia OEMAct
- 2 MS Office Standart 2007
- 3 Kaspersky Endpoint Security 10
- 4 Проектор EPSON EB-S82
- 5 Интерактивная доска SMART Board SBD600
- 6 Терминальный тонкие клиент Sun Ray – 14 ПК
- 7 MS Office Standart 2007- 14 .
- 8 Kaspersky Endpoint Security 10

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

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

##### **Основные источники:**

1. Батраева Э.А. Экономика предприятий общественного питания. Учебник, практикум, для СПО.Профессиональное образование. – М.: ЮРАЙТ, 2017 -390 с
2. Чалдаева, Л.А. Экономика организации 5-е изд., пер. и доп. учебник и практикум для СПО — Люберцы: Юрайт, 2016. — 435с.
3. Драчева Е. Л., Юликов Л. И. Менеджмент: практикум: [учебное пособие] – М.: Академия, 2016.
- 4.Котлер Ф. Основы маркетинга – М.: Прогресс, 2015.

##### **Дополнительные источники:**

1. Эриашвили Н.Д., Фридман А.М.Экономика предприятия питания. Практикум: учебно-практическое пособие ЮНИТИ-ДАНА , 2015 . -163 с.

2. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия). Практикум (для СПО). Учебное пособие - М.: КноРус, 2017. - 200 с.
3. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): Учебник и практикум. 3-е изд., пер. и доп. / В.В. Коршунов. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 407 с.

**Интернет-ресурсы:**

*<http://www.auditorium.ru/aud/lib/> - Библиотека*

*[http://www/aup.ru/library/](http://www.aup.ru/library/) - Электронная библиотека экономической и деловой литературы.*

*<http://www.garant.ru> – Гарант;*

*<http://www.togrus.ru> – Новости и технологии торгового бизнеса.*

**3.3. Активные и интерактивные методы, применяемые при обучении дисциплины**

**Деловая игра применяется при изучении следующих тем:**

Тема 2.4. Принятие решений.

Тема 2.5. Самоменеджмент. Коммуникации в организации

Тема 2.6 Руководство: власть и партнерство.

Тема 3.9 Понятие рекламы, ее цели и функции. Формы рекламы.

Тема 3.14 Понятие имиджа. Основы имиджологии

**Решение ситуационных задач применяется при изучении следующих тем:**

Тема 1.1. Отрасль в условиях рынка. Ресурсы общественного питания

Тема 1.2. Организация как хозяйствующий субъект рыночной экономики

Тема 1.7. Ценообразование, себестоимость, валовой доход

Тема 1.8. Прибыль и рентабельность

Тема 3.2. Сегментирование рынка. Объективы маркетинговой деятельности. Субъекты маркетинговой деятельности

Тема 3.3. Конкуренция: основания необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки.

Тема 3.5 Сбытовая политика.

Тема 3.6. Методы маркетинга.

Тема 3.10 Модель покупательского поведения.

**Кейс – метод применяется при изучении следующих тем:**

Тема 1.3. Экономическое обоснование производственной программы и плана товарооборота

Тема 1.4. Товарные запасы. Показатели эффективности их использования

Тема 1.5. Трудовые ресурсы. Эффективность. Производительность труда. Формы и системы оплаты труда

Тема 1.6. Издержки производства и обращения

Тема 3.8 Маркетинговые коммуникации продвижения товара

Тема 3.11 Организация маркетинговой деятельности на предприятии

Тема 3.12 Планирование на предприятии, виды, уровни, принципы планирования.

### **3.4.Рекомендации по реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

#### **3.4.1. Наличие соответствующих условий реализации дисциплины**

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления обучающегося дисциплина (профессиональный модуль) реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей); обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит учебный процесс, размещение на портале ОСП необходимых материалов для теоретической подготовки, для лабораторных работ, материалов для самопроверки знаний (компетенций) и подготовки к контролю знаний по разделам дисциплины (профессионального модуля), другие условия, без которых невозможно или затруднено обучение по дисциплине (профессиональному модулю).

#### **3.4.2.Обеспечение соблюдения общих требований**

При реализации дисциплины (профессионального модуля) на основании письменного заявления обучающегося обеспечивается соблюдение следующих общих требований: проведение занятий для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с другими обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего(их) обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

#### **3.4.3.Доведение информации до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья**

Все локальные нормативные акты ОСП «ВКМРПК» по вопросам реализации дисциплин (профессиональных модулей) доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

#### **3.4.4. Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья**

Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; продолжительность экзамена, проводимого в письменной форме увеличивается не менее чем на 0,5 часа; продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене, проводимом в устной форме, – не менее чем на 0,5 часа; продолжительность ответа обучающегося при устном ответе увеличивается не более чем на 0,5 часа

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

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

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;	самостоятельная работа, практические занятия, опрос по темам, тестирование, письменный контроль
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.	Текущий устный и письменный контроль по тестам I, II и III уровней (по темам) Проверка правильности решения ситуационных задач Оценка выполнения практических заданий
<b>Знания:</b>	
основные положения экономической теории;	самостоятельная работа, опрос и тестирование
принципы рыночной экономики;	индивидуальное задание, опрос и тестирование,
современное состояние и перспективы развития отрасли	самостоятельная работа, индивидуальный опрос, тестирование
роль и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;	тестирование, индивидуальный опрос
механизмы ценообразования на продукцию (услуги);	индивидуальный опрос тестирование и практическая работа
механизм формирования заработной платы	тестирование и практическая работа
формы оплаты труда;	самостоятельная работа, тестирование, индивидуальный опрос
стили управления, виды коммуникации;	принципы делового общения в коллективе;
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 рыноч-	Самоконтроль с помощью заданий для самостоятельной работы Тестирование по темам Устный контроль Дифференцированный зачет

ной ситуации.	
---------------	--

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего и итогового контроля производится в соответствии с системой оценки решения задач, ответов на вопросы, выполнения заданий:

*Система оценки выполнения заданий*

- *Без ошибок - отлично*
- *Не более 2х неточностей/ошибок - хорошо*
- *3-4 незначительные ошибки/неточности - удовлетворительно*

*Более 4х ошибок, нераскрытые вопросы, невыполненные задания – неудовлетворительно.*