

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»  
**КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Среднее профессиональное образование

**ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Специальность  
*19.02.10 Технология продукции общественного питания*

Квалификация выпускника:  
*Техник-технолог*

Казань 2019

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» (для 2019 года набора) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания, утвержденного Министерством образования и науки Российской Федерации 22 апреля 2014 г, № 384, и учебных планов, утвержденных Ученым советом Российского университета кооперации.

*Разработчики:*

Московкина С.В., преподаватель кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации

**Рабочая программа:**

**обсуждена и рекомендована** к утверждению решением кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) от 23.03.2019, протокол № 12

**одобрена** Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 03.04.2019, протокол №5

**утверждена** Ученым советом Российского университета кооперации от 18.04.2019, протокол №4

© Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2019  
© Московкина С.В., 2019

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА» .....	4
1.1. Область применения программы.....	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:.....	4
1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины: .....	4
1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины (по ФГОС):.....	7
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.....	7
2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга».....	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению .	17
3.2. Информационное обеспечение обучения .....	17
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	18

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»**

## **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом от 22.04.2014 г. №384, и учебными планами, утвержденными Ученым советом Российского университета кооперации по специальности СПО 19.02.10 Технология продукции общественного питания.

## **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

Учебная дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» относится к общепрофессиональным дисциплинам профессионального цикла.

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

**Целью** изучения дисциплины является освоение теоретических знаний в области экономической теории, экономики предприятия, менеджмента организации и маркетинга в рыночных условиях, а также формирование необходимых компетенций.

**Задачи** учебной дисциплины:

- усвоение основных понятий в области менеджмента и экономики;
- изучение структуры организации, ее структурных подразделений;
- анализ внешней и внутренней среды организации;
- изучение принципов, функций менеджмента, системы методов управления, процессов и методики принятия и реализации управленческих процессов;
- формирование умений применять приемы делового и управленческого общения;
- организовывать работу коллектива;
- рассмотрение основных фондов, оборотного капитала, капитальных вложений;
- рассмотрение вопросов планирования и основных экономических показателей деятельности организации, а также экономики труда в организациях;
- изучение экономики финансовой деятельности организации, приобретение умений расчета экономических показателей, анализа разделов бизнес-плана и расчета налогов.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной дисциплины должен:

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;

**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.

Изучение учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих 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 в 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

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.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины (по ФГОС):**

	<b>Очная форма</b>	<b>Заочная форма</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка обучающегося</b>	140	140
обязательная аудиторная учебная нагрузка	98	24
самостоятельная работа обучающегося	42	116

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

*очная форма обучения*

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	140
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	98
теоретические занятия	36
практические занятия	36
курсовой проект	26
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	42
<b>Промежуточная аттестация</b> (8 семестр) на базе основного общего образования (6 семестр) на базе среднего общего образования	экзамен/курсовая работа

*заочная форма обучения*

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	140
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	24
теоретические занятия	8
практические занятия	8
курсовой проект	8
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	116
<b>Промежуточная аттестация</b> (4 курс) на базе основного общего образования	экзамен/курсовая работа

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

*очная форма обучения*

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объём часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1 Основы экономики</b>			
<b>Тема 1.1 Сущность экономики</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	1
	1. Сущность экономики. Основные положения экономической теории		
	<b>Самостоятельная работа:</b> изучение лекционного материала, анализ дополнительной литературы.	2	3
<b>Тема 1.2 Собственность и предпринимательство</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	1	1
	1. Сущность, виды и формы собственности		
	2. Сущность и виды предпринимательской деятельности	2	3
	<b>Самостоятельная работа:</b> изучение лекционного материала, ответы на контрольные вопросы, анализ дополнительной литературы		
<b>Тема 1.3 Принципы рыночной экономики</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	1
	1. Сущность рынка и его функции		
	2. Монополия и конкуренция	2	3
	<b>Самостоятельная работа:</b> работа с учебником по изучению различия между монополией и олигополией, работа составление конспекта.		
<b>Тема 1.4 Макроэкономика. Спрос и предложение</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	1
	1. Сущность макроэкономики		
	2. Факторы спроса и предложения. Эластичность спроса и предложения	2	3
	<b>Самостоятельная работа:</b> изучение лекционного материала, ответы на контрольные вопросы, анализ дополнительной литературы		
<b>Тема 1.5 Основные фонды</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4	2
	1. Понятие и состав основных фондов, их учет и оценка		
	2. Учет и оценка основных фондов		
	3. Амортизация основных фондов		
	4. Показатели использования основных производственных фондов	4	2
	<b>Практические занятия:</b> решение задач по теме		
	<b>Самостоятельная работа:</b> изучение лекционного материала, ответы на контрольные вопросы, анализ дополнительной литературы		
<b>Тема 1.6 Оборотные средства</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	1
	1. Состав и структура оборотных средств		



	2.	Показатели эффективности использования оборотных средств		
	<b>Практические занятия:</b> решение задач по теме		4	2
	<b>Самостоятельная работа:</b> изучение лекционного, практического материала, ответы на контрольные вопросы, анализ дополнительной литературы		4	3
<b>Тема 1.7 Трудовые ресурсы предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		4	2
	1.	Состав и структура трудовых ресурсов, планирование кадров и их подбор, производительность труда		
	2.	Сущность функции заработной платы, формы и системы оплаты труда, бестарифная система оплаты труда		
	<b>Практические занятия:</b> решение задач по теме		2	2
	<b>Самостоятельная работа:</b> изучение лекционного, практического материала, ответы на контрольные вопросы, анализ дополнительной литературы		2	3
<b>Тема 1.8 Механизм ценообразования. Основные показатели деятельности предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2	1
	1.	Сущность и содержание ценообразования, формирование цены		
	2.	Прибыль. Рентабельность. Издержки производства и реализация продукции		
	<b>Практические занятия:</b> решение задач		4	2
	<b>Самостоятельная работа:</b> изучение лекционного, практического материала, ответы на контрольные вопросы, анализ дополнительной литературы		4	3
<b>Раздел 2. Основы менеджмента</b>				
<b>Тема 2.1 Сущность и особенности современного менеджмента</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2	1
	1.	Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа.		
	2.	Сущность и характерные черты современного менеджмента. Особенности менеджмента в сфере общественного питания		
<b>Самостоятельная работа:</b> изучение лекционного материала, анализ дополнительной литературы		2	3	
<b>Тема 2.2 Функции и принципы менеджмента</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		4	1
	1.	Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация.		
	2.	Планирование: понятие, цели, кооперация, стандартизация, принципы: точность, непрерывность, гибкость, экономичность и другие. Стратегическое (долгосрочное) и тактическое (1-3 года) планирование. Бизнес – план как основа эффективности бизнеса.		
	3.	Мотивация к деятельности: понятие, методы мотивации: поощрение и наказание. Материальная, моральная и социальная мотивация работника.		
	4.	Контроль деятельности: понятие, виды, цели. Основа контроля: планирование деятельности. Методы контроля: выбор параметров контроля, учет, наблюдение, сравнение. Использование результатов контроля – корректировка выбор параметров контроля, учет, наблюдение, сравнение.		

		Использование результатов контроля – корректировка, экономичность.		
		<b>Практические занятия:</b> разработка мотивационной политики организации.	2	2
		<b>Самостоятельная работа:</b> работа с учебником по изучению вопроса «Контроль деятельности». Составление конспекта.	2	3
<b>Тема 2.3 Организационные структуры управления предприятием</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2	1
	1.	Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.		
	2.	Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки.		
		<b>Практические занятия:</b> задания на формирование различных организационных структур управления предприятием.	4	2
		<b>Самостоятельная работа:</b> работа с учебником по изучению множественной структура управления. Составление конспекта.	2	3
<b>Тема 2.4 Система методов управления</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2	1
	1.	Организационно-распорядительные методы (организационно-административные)		
	2.	Экономические методы управления		
	3.	Социально-психологические методы управления		
		<b>Практические занятия:</b> разработка экономических методов управления	2	2
	<b>Самостоятельная работа:</b> работа с учебником по изучению социально – психологических методов управления. Составление конспекта.	2	3	
<b>Тема 2.5 Процесс принятия и реализации управленческих решений</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2	1
	1.	Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М. Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).		
	2.	Три стадии процесса принятия и реализации решения: постановка проблемы и установление ее масштабов и причин; составление плана решения, доведение решения до конкретных исполнителей с последующим контролем выполнения решений.		
	3.	Понятие методов принятия решений. Экспертные, неэкспертные, психологические методы. Коллективные и индивидуальные методы управления.		
		<b>Практические занятия:</b> задание на выявление проблемы и разработки управленческого решения по ней.	2	2
	<b>Самостоятельная работа:</b> работа с учебником по изучению неэкспертных методов принятия управленческого решения. Составление конспекта.	2	3	
<b>Тема 2.6</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		1	1

<b>Стили управления, коммуникация, деловое общение</b>	1.	Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки.		
	2.	Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные, диагональные.		
	3.	Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.		
	<b>Практические занятия:</b> отработка приемов делового и управленческого общения.		2	2
	<b>Самостоятельная работа:</b> работа с учебником по изучению коммуникационных сетей. Составление конспекта.		2	3
<b>Раздел 3. Основы маркетинга</b>				
<b>Тема 3.1 Сущность и функции маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>			
	1.	Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга.	1	1
	2.	Рынок как условие и экономическая основа маркетинга. Рынок в маркетинге, Потребительский рынок и рынок хозяйствующих субъектов. Состав внутренней и внешней среды организации, ее влияние на деятельность.		
	<b>Самостоятельная работа:</b> составление глоссария по теме на следующие термины: виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий маркетинг; конъюнктура рынка, рыночный сегмент, рыночное окно.		4	3
<b>Тема 3.2 Маркетинговые исследования рынка</b>	<b>Содержание учебного материала</b>			
	1.	Анализ рынка как инструмент исследования рынка. Понятие анализа рынка, цели, задачи, способы. Задачи: сегментация рынка, позиционирование товара, анализ конкурентной среды	1	1
	2.	Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе в сфере общественного питания. Отслеживание динамики спроса и предложения.		
	3.	Прогнозирование рынка. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка в сфере общественного питания на основе динамики спроса и предложения.		
	<b>Практические занятия:</b> изучение конъюнктуры рынка потребительских товаров, в т.ч. динамики спроса и предложения; составление прогноза развития; осуществление сегментации рынка сферы общественного питания; позиционирование.		4	2
	<b>Самостоятельная работа:</b> подготовка к практическим занятиям по проведению анализа (сбор информации)		2	3
<b>Тема 3.3</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		1	1

<b>Разработка стратегий</b>	1.	Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение.		
	<b>Практические занятия:</b> задания на определение стратегии и тактики относительно ценообразования; задания на определение стратегии относительно товара.		2	2
<b>Тема 3.4 Реализация стратегий</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		1	1
	1.	Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций общественного питания.		
	2.	Понятие ценовой политик. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций общественного питания.		
	3.	Понятие коммуникационной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций общественного питания.		
	4.	Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций общественного питания.		
	<b>Практические занятия:</b> задачи на определение товарных и ценовых стратегий фирмы		4	2
<b>Самостоятельная работа:</b> работа с учебником по изучению приемов стимулирования сбыта (как инструмента коммуникационной политики). Составление конспекта.		4	3	
Курсовая работа		26	3	
<b>Итого часов по дисциплине: 140</b>			36/36/26/42	

**заочная форма обучения**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объём часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1 Основы экономики</b>			
<b>Тема 1.1 Сущность экономики</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	1
	1. Сущность экономики. Основные положения экономической теории		
<b>Тема 1.2 Собственность и предпринимательство</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	3	3
	1. Сущность, виды и формы собственности		
	2. Сущность и виды предпринимательской деятельности		
изучение лекционного материала, ответы на контрольные вопросы, анализ дополнительной литературы		2	3
<b>Тема 1.3 Принципы рыночной экономики</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	1
	1. Сущность рынка и его функции		
	2. Монополия и конкуренция		
<b>Самостоятельная работа:</b> работа с учебником по изучению различия между монополией и олигополией, работа составление конспекта.		2	3

<b>Тема 1.4</b> <b>Макроэкономика.</b> <b>Спрос и предложение</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		4	1
	1.	Сущность макроэкономики		
	2.	Факторы спроса и предложения. Эластичность спроса и предложения		
<b>Тема 1.5</b> <b>Основные фонды</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		4	2
	1.	Понятие и состав основных фондов, их учет и оценка		
	2.	Учет и оценка основных фондов		
	3.	Амортизация основных фондов		
	4.	Показатели использования основных производственных фондов		
<b>Самостоятельная работа:</b> изучение лекционного материала, ответы на контрольные вопросы, анализ дополнительной литературы		2	3	
<b>Тема 1.6</b> <b>Оборотные средства</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		10	1
	1.	Состав и структура оборотных средств		
	2.	Показатели эффективности использования оборотных средств		
<b>Тема 1.7</b> <b>Трудовые ресурсы</b> <b>предприятия</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		8	2
	1.	Состав и структура трудовых ресурсов, планирование кадров и их подбор, производительность труда		
	2.	Сущность функции заработной платы, формы и системы оплаты труда, бестарифная система оплаты труда		
<b>Тема 1.8</b> <b>Механизм</b> <b>ценообразования.</b> <b>Основные показатели</b> <b>деятельности</b> <b>предприятия</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		10	1
	1.	Сущность и содержание ценообразования, формирование цены		
	2.	Прибыль. Рентабельность. Издержки производства и реализация продукции		
<b>Раздел 2. Основы менеджмента</b>				
<b>Тема 2.1</b> <b>Сущность и особенности</b> <b>современного</b> <b>менеджмента</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		4	1
	1.	Понятие менеджмента. Предмет и задачи. Этапы развития менеджмента. Характерные черты каждого этапа.		
	2.	Сущность и характерные черты современного менеджмента. Особенности менеджмента в сфере общественного питания		
<b>Тема 2.2</b> <b>Функции и принципы</b> <b>менеджмента</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		4	1
	1.	Понятие организации деятельности. Цели организации. Принципы организации: дифференциация, рациональность, кооперация, стандартизация.		
	2.	Планирование: понятие, цели, кооперация, стандартизация, принципы: точность, непрерывность, гибкость, экономичность и другие. Стратегическое (долгосрочное) и тактическое (1-3 года) планирование. Бизнес – план как основа эффективности бизнеса.		

	3.	Мотивация к деятельности: понятие, методы мотивации: поощрение и наказание. Материальная, моральная и социальная мотивация работника.		
	4.	Контроль деятельности: понятие, виды, цели. Основа контроля: планирование деятельности. Методы контроля: выбор параметров контроля, учет, наблюдение, сравнение. Использование результатов контроля – корректировка выбор параметров контроля, учет, наблюдение, сравнение. Использование результатов контроля – корректировка, экономичность.		
		разработка мотивационной политики организации.	4	2
<b>Тема 2.3 Организационные структуры управления предприятием</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		4	3
	1.	Понятие организационной структуры управления. Признаки эффективной организационной структуры управления. Факторы влияния.		
	2.	Виды организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, адаптивная, множественная структуры управления предприятием. Сущность, преимущества и недостатки.		
	<b>Практические занятия:</b> задания на формирование различных организационных структур управления предприятием.		4	2
<b>Тема 2.4 Система методов управления</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		2	1
	1.	Организационно-распорядительные методы (организационно-административные)		
	2.	Экономические методы управления		
	3.	Социально-психологические методы управления		
	разработка экономических методов управления		2	2
	работа с учебником по изучению социально – психологических методов управления. Составление конспекта.		2	3
<b>Тема 2.5 Процесс принятия и реализации управленческих решений</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		6	1
	1.	Понятие управленческого решения. Черты управленческих решений. Классификация управленческих решений. Три стадии управленческих решений. Американский социолог М. Рубинштейн о принятии управленческих решений (10 правил).		
	2.	Три стадии процесса принятия и реализации решения: постановка проблемы и установление ее масштабов и причин; составление плана решения, доведение решения до конкретных исполнителей с последующим контролем выполнения решений.		
	3.	Понятие методов принятия решений. Экспертные, неэкспертные, психологические методы. Коллективные и индивидуальные методы управления.		
<b>Тема 2.6 Стили управления, коммуникация, деловое общение</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		10	1
	1.	Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, ситуационный стили управления. Достоинства и недостатки.		
	2.	Понятие коммуникации в управлении. Процесс коммуникации как совокупность этапов передачи управленческой информации. Коммуникационные сети: горизонтальные, вертикальные,		

		диагональные.		
	3.	Понятие делового общения. Правила делового общения. Этапы и фазы. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров.		
<b>Раздел 3. Основы маркетинга</b>				
<b>Тема 3.1 Сущность и функции маркетинга</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		5	3
	1.	Маркетинг: сущность, основные виды, цели. Маркетинговые концепции. Функции маркетинга.		
	2.	Рынок как условие и экономическая основа маркетинга. Рынок в маркетинге, Потребительский рынок и рынок хозяйствующих субъектов. Состав внутренней и внешней среды организации, ее влияние на деятельность.		
		составление глоссария по теме на следующие термины: виды маркетинга: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, демаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий маркетинг; конъюнктура рынка, рыночный сегмент, рыночное окно.	4	3
<b>Тема 3.2 Маркетинговые исследования рынка</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		8	3
	1.	Анализ рынка как инструмент исследования рынка. Понятие анализа рынка, цели, задачи, способы. Задачи: сегментация рынка, позиционирование товара, анализ конкурентной среды		
	2.	Наблюдение за рынком как инструмент исследования рынка. Понятие наблюдения за рынком, в том числе в сфере общественного питания. Отслеживание динамики спроса и предложения.		
	3.	Прогнозирование рынка. Составление прогноза долгосрочных перспектив развития рынка в сфере общественного питания на основе динамики спроса и предложения.		
		<b>Практические занятия:</b> изучение конъюнктуры рынка потребительских товаров, в т.ч. динамики спроса и предложения; составление прогноза развития; осуществление сегментации рынка сферы общественного питания; позиционирование.	4	3
<b>Тема 3.3 Разработка стратегий</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		4	3
	1.	Понятие маркетинговой стратегии. Стратегии относительно ценообразования, товарные стратегии. Применение.		
		задания на определение стратегии и тактики относительно ценообразования; задания на определение стратегии относительно товара.	2	
<b>Тема 3.4 Реализация стратегий</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		10	3
	1.	Понятие товарной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций общественного питания.		
	2.	Понятие ценовой политик. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций общественного питания.		
	3.	Понятие коммуникационной политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций общественного питания.		

	4.	Понятие сбытовой политики. Цели. Инструменты реализации. Особенности политики организаций общественного питания.		
		задачи на определение товарных и ценовых стратегий фирмы	4	3
		Курсовая работа	8	3
<b>Итого часов по дисциплине: 140</b>			8/8/8/116	

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**

Учебная дисциплина реализуется в кабинете *менеджмента и экономики организации*.

*Оборудование учебного кабинета:*

Стандартная учебная мебель:

Столы аудиторные двухместные;

Стол письменный;

Стул;

Стулья ученические;

Доска аудиторная;

Кафедра.

*Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия:*

Наглядное пособие «Межличностные способы управления конфликтами»;

Наглядное пособие «Коммуникативные барьеры»;

Наглядное пособие «Человек познает мир»;

Наглядное пособие «Школы управления»;

Наглядное пособие «Коммуникационный процесс»;

*Оборудование, технические средства обучения:*

Переносное мультимедийное оборудование.

*Программное обеспечение:*

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning

b. Windows 8/

2. Консультант + версия проф.

3. Система тестирования INDIGO.

4. Антиплагиат. ВУЗ.

5. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox.

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

***Нормативно – правовые акты***

1. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1

2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38 - ФЗ

3. Федеральный закон «О товарных знаках» от 1992 г.

**Основная литература:**

1. Грибов, В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2018. — 224 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/926792>

### Дополнительная литература:

1. Фридман, А.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания [Электронный ресурс]: учебник / А.М. Фридман.- М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 229 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=516081>

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися самостоятельной работы.

Оценка качества освоения программы дисциплины включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию по итогам освоения дисциплины.

Результаты обучения (умения, знания)	Формы контроля результатов обучения
<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:</b>	
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</b>	
основные положения экономической теории	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
принципы рыночной экономики	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
современное состояние и перспективы развития отрасли	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
механизмы ценообразования на продукцию (услуги)	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
механизмы формирования заработной платы	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
формы оплаты труда	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
стили управления, виды коммуникации	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
принципы делового общения в коллективе	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
управленческий цикл	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен
формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	Тестовые задания, контрольная работа Курсовая работа, экзамен