

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
**КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Среднее профессиональное образование

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП. 05 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

Специальность

*43.02.15 Поварское и кондитерское дело*

Квалификация выпускника

*Специалист по поварскому и кондитерскому делу*

2021

Кизевич М.В.. «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»  
Рабочая программа дисциплины. – Казань: Казанский кооперативный  
институт (филиал) Российского университета кооперации, 2021. – 18 с.

Рабочая программа дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело, составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09 декабря 2016г., № 1565.

**Рабочая программа:**

**обсуждена и рекомендована** к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол № 3.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
1.1 Область применения рабочей программы .....	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы .....	4
1.3. Цель и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины .....	4
1.4. Количество часов на освоение дисциплины .....	8
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	9
2.1 Объем дисциплины и виды работы .....	9
2.2. Тематический план и содержание дисциплины .....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	15
3.1 Требования к материально-техническому обеспечению .....	15
3.2. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	15
3.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....	16
3.4. Особенности реализации дисциплины для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья .....	16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	17

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **1.1 Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является частью основной профессиональной образовательной программы - программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности среднего профессионального образования 43.02.15 Поварское и кондитерское дело.

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

Дисциплина относится к общепрофессиональному учебному циклу.

## **1.3. Цель и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины**

Целью дисциплины является формирование у обучающихся знаний базовых экономических категорий, умения выявлять устойчивые взаимосвязи и тенденции в разнообразных экономических явлениях, развитие экономического мышления и воспитание экономической культуры и навыков поведения в условиях рыночной экономики.

Задачи изучения дисциплины: формирование понимания экономических законов; формирование понимания понятий менеджмента и маркетинга; содействие пониманию обучающимися общих принципов управления предприятием, экономической и маркетинговой деятельности.

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;
- 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.

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;

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общих и профессиональных компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

ПК 1.1. Организовывать подготовку «рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления полуфабрикатов в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 1.2. Осуществлять обработку, подготовку экзотических и редких видов сырья: овощей, грибов, рыбы, нерыбного водного сырья, дичи.

ПК 1.3. Проводить приготовление и подготовку к реализации полуфабрикатов для блюд, кулинарных изделий сложного ассортимента.

ПК 1.4. Осуществлять разработку, адаптацию рецептов полуфабрикатов с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления горячих блюд, кулинарных изделий,

закусок сложного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 2.2. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации супов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.3. Осуществлять приготовление, непродолжительное хранение горячих соусов сложного ассортимента.

ПК 2.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд и гарниров из овощей, круп, бобовых, макаронных изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из яиц, творога, сыра, муки сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.6. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из рыбы, нерыбного водного сырья сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.7. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из мяса, домашней птицы, дичи и кролика сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 2.8. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур горячих блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных блюд, кулинарных изделий, закусок в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 3.2. Осуществлять приготовление, непродолжительное хранение холодных соусов, заправок с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.3. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации салатов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации канапе, холодных закусок сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из рыбы, нерыбного водного сырья

сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.6. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из мяса, домашней птицы, дичи сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 3.7. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур холодных блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных и горячих сладких блюд, десертов, напитков в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 4.2. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.3. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 4.6. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур холодных и горячих десертов, напитков в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 5.1. Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления хлебобулочных, мучных кондитерских изделий разнообразного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами.

ПК 5.2. Осуществлять приготовление, хранение отделочных полуфабрикатов для хлебобулочных, мучных кондитерских изделий.

ПК 5.3. Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации хлебобулочных изделий и праздничного хлеба сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 5.4. Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации мучных кондитерских изделий сложного

ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 5.5. Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации пирожных и тортов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 5.6. Осуществлять разработку, адаптацию рецептур хлебобулочных, мучных кондитерских изделий, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей.

ПК 6.1. Осуществлять разработку ассортимента кулинарной и кондитерской продукции, различных видов меню с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 6.2. Осуществлять текущее планирование, координацию деятельности подчиненного персонала с учетом взаимодействия с другими подразделениями.

ПК 6.3. Организовывать ресурсное обеспечение деятельности подчиненного персонала.

ПК 6.4. Осуществлять организацию и контроль текущей деятельности подчиненного персонала.

#### **1.4. Количество часов на освоение дисциплины**

Объем образовательной программы дисциплины (суммарно) 118 часов, в том числе:

**Обязательная часть 96 часов**

**Вариативная часть 22 часа**

Объем образовательной программы дисциплины (суммарно) 112 часов, в том числе:

Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем 97 часов;

самостоятельная работа обучающегося 12 часов;

промежуточная аттестация 9 часов.



## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1 Объем дисциплины и виды работы

*очная форма обучения*

<b>Вид учебной деятельности</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Учебная нагрузка обучающихся (суммарно)</b>	<b>118</b>
<b>Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	<b>97</b>
в том числе:	
<i>лекции</i>	50
<i>практические занятия</i>	46
<i>консультации</i>	1
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>12</b>
Промежуточная аттестация проводится в форме <i>Экзамена 4 семестр</i>	9

## 2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов всего/ в том числе в форме практической подготовки	Формируемые компетенции	
<b>Раздел 1. Основы экономики</b>				
<b>Тема 1.1. Экономика и экономическая наука</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>		ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК-1.4., ПК-2.1.-ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.-ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.	
	1	Потребность человека и ограниченность ресурсов Предмет экономической науки. Потребности человека. Рынки труда, капиталов и ресурсов. Типы экономических систем. Выбор и альтернативная стоимость. Собственность и конкуренция. Виды собственности. Сущность конкуренции		2
	2	Факторы производства. Прибыль и рентабельность Предпринимательство как фактор производства. Прибыль как результат финансово-хозяйственной деятельности. Методы анализа прибыли. Рентабельность. Рынок и предпринимательство. Государственное регулирование		4
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Определение типа эластичности спроса и предложения		2
	2	Определение равновесной цены		2
	3	Определение производственных возможностей предприятия		2
	4	Анализ основных экономических показателей: прибыль и рентабельность		2
5	Методы анализа прибыли	2		
<b>Тема 1.2. Товар и его стоимость</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>		ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК-1.4., ПК-2.1.-ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.-ПК-5.6.; ПК	
	1	Стоимость товара. Потребительские предпочтения		4
	<b>Практические занятия</b>			
1	Теория трудовой стоимости, теория предельной полезности и издержек производства	2		

				6.1.- ПК 6.4.
<b>Тема 1.3. Рыночная экономика</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>			ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК-1.4., ПК-2.1.-ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.-ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.
	1	Рыночный механизм. Рыночное равновесие. Рыночные структуры Цена товара. Доход потребителей. Спрос на товар. Экономика предприятия: цели, организационные формы.	4	
	2	Организация производства. Производственный цикл. Поточное производство. Партионный метод. Единичный метод организации производства. Виды затрат. Себестоимость. Калькуляция себестоимости. Методы учета затрат. Бюджет затрат.	4	
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Расчет финансового цикла.	2	
2	Расчет розничной продажной цены	2		
<b>Раздел 2. Основы менеджмента</b>				
<b>Тема 2.1. Понятие, сущность, функции менеджмента</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>			ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК-1.4., ПК-2.1.-ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.-ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.
	1	Принципы, цели, задачи, методы и функции менеджмента	4	
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Понятие менеджмента. Функции и принципы менеджмента. Организационная деятельность менеджера.	2	
2	Сущность, развитие и характерные черты современного менеджмента.	2		
<b>Тема 2.2. Организация – базовое понятие менеджмента. Внутренняя и внешняя среда организации</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>			ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК-1.4., ПК-2.1.-ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК
		Общая характеристика организации. Внутренняя среда организации, внешняя среда организации. Мотивация координация и контроль как функция управления организацией	4	
	<b>Практические занятия</b>			
1	Организация и ее среда	2		

	2	Составление схем организационных структур управления	2	4.6.; ПК-5.1.- ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.
	3	Решение производственных ситуационных задач по мотивации персонала к трудовой деятельности	2	
<b>Тема 2.3. Групповая динамика</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>			ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК- 1.4., ПК-2.1.- ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.- ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.
		Неформальные группы в организации, власть, стиль руководства	4	
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Решение ситуационных задач определения стилей управления	2	
	2	Конфликты в управленческой деятельности	2	
<b>Тема 2.4. Процесс управления организацией и принятие управленческих решений</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>			ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК- 1.4., ПК-2.1.- ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.- ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.
		Понятие процесса управления, общая характеристика процесса управления, свойства процесса управления. Виды управленческих решений, качество управленческих решений	4	
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Система методов управления	2	
	2	Управленческое решение	2	
<b>Раздел 3. Основы маркетинга</b>				
<b>Тема 3.1. Основные понятия в концепции маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>			ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК- 1.4., ПК-2.1.- ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.- ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.
	1	Основные определения маркетинга. Функции и цели маркетинга. Принципы и основные приемы маркетинга	4	
	<b>Практические занятия</b>			
1	Понятие и сущность маркетинга	2		

<b>Тема 3.2. Основные концепции маркетинга, виды маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>			ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК-1.4., ПК-2.1.-ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.-ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.
	1	Виды маркетинга. Маркетинг услуг. Маркетинговые исследования	4	
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Основные подходы к исследованиям рынка. Маркетинговые исследования	2	
<b>Тема 3.3. Объекты и субъекты маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>			ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК-1.4., ПК-2.1.-ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.-ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.
	1	Объекты маркетинга. Субъекты маркетинга. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Сегментация рынка	4	
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Маркетинговый анализ рынка	2	
	2	Сегментирование рынка	2	
<b>Тема 3.4. Комплексная система маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала (Лекции)</b>			ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК-1.4., ПК-2.1.-ПК 2.8.; ПК 3.1. - ПК-3.7.; ПК 4.1. – ПК 4.6.; ПК-5.1.-ПК-5.6.; ПК 6.1.- ПК 6.4.
	1	Товар и товарная политика. Ценообразование. Сбытовая политика и организация товародвижения. Продвижение товара	4	
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Цены и ценовая политика, Сбыт и сбытовая политика	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		12	ОК 01. -ОК 7.; ОК-09.-ОК 11.; ПК-1.1.-ПК-1.4., ПК-2.1.-ПК 2.8.; ПК
	1. Реферат Этапы работы 1. Выбор темы. 2. Подбор и первоначальное ознакомление с литературой и другими			

	<p>источниками информации, необходимыми для реферата.</p> <p>3. Составление первоначального варианта плана реферата, утверждение и согласование его с преподавателем.</p> <p>4. Изучение литературы, действующей законодательной базы, имеющейся практики и других источников, относящихся к теме реферата.</p> <p>5. Сбор и обработка фактического материала. Корректировка плана реферата.</p> <p>6. Обработка и анализ имеющейся информации, формулирование выводов и рекомендаций.</p> <p>7. Окончательное оформление готового материала реферата, согласно требованиям к оформлению текстовых документов.</p> <p>8. Предоставление полностью готовой работы преподавателю.</p> <p>9. Подготовка выступления по реферату.</p> <p>Публичное выступление по теме реферата (защита).</p> <p>Примерная тематика рефератов</p> <p>1. Пути предупреждения стресса.</p> <p>2. Риски при осуществлении предпринимательской деятельности.</p> <p>25. Основные понятия конкуренции.</p> <p>2. Виды творческих заданий по темам:</p> <p>составление кроссворда</p>		<p>3.1. - ПК-3.7.;  ПК 4.1. – ПК  4.6.; ПК-5.1.-  ПК-5.6.; ПК  6.1.- ПК 6.4.</p>
		Консультации	1
		Промежуточная аттестация	9
		Всего:	118

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия кабинета социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

Стандартная учебная мебель:

Доска учебная;

Рабочее место преподавателя;

Столы ученические;

Стол письменный;

Стул офисный;

Стулья ученические;

Шкафы для хранения.

Технические средства обучения:

Переносной компьютер;

Мультимедийный проектор;

Средства аудиовизуализации: колонки; экран;

Раздаточный дидактический материал.

Наглядные пособия.

#### **3.2. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

##### **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>

2. 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>

##### **Дополнительная литература**

1. Батраева, Э. А. Экономика предприятия общественного питания : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Э. А. Батраева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 390 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04578-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437478> (дата обращения: 09.12.2019).

### **3.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

- <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
- <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
- <https://ibooks.ru/> - ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
- <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
- <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
- <https://dlib.eastview.com/> - База данных East View

2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

3. Лицензионно программное обеспечение

Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

Office ProPlus All LngLic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)

Windows 8

Консультант + версия проф.- справочная правовая система

Система тестирования INDIGO.

1С: Предприятие 8

4. Свободно распространяемое программное обеспечение

Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО

Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

### **3.4. Особенности реализации дисциплины для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Лица, с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами (учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

В институте создана безбарьерная среда, учитывающая потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: с нарушениями зрения, с нарушениями слуха, с нарушениями опорно-двигательного аппарата.



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

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

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

Текущий контроль проводится в форме

- тестирования;
- собеседования;
- выполнение практических заданий.

Промежуточная аттестация по учебному предмету проводится в форме экзамена – 4 семестр.

<b>Результаты обучения: умения, знания и общие компетенции</b>	<b>Форма контроля и оценивания</b>
<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;</li><li>– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</li><li>– анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;</li></ul>	<p>Оценка результатов тестирования, собеседования, выполнение практических заданий.</p> <p>Оценка результатов проведенного экзамена</p>
<b>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>– основные положения экономической теории;</li><li>– принципы рыночной экономики;</li><li>– современное состояние и перспективы развития отрасли;</li><li>– роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</li><li>– механизмы ценообразования на продукцию (услуги);</li><li>– механизмы формирования заработной платы;</li><li>– формы оплаты труда;</li><li>– стили управления, виды коммуникации;</li><li>– принципы делового общения в коллективе;</li><li>– управленческий цикл;</li><li>– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;</li><li>– сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его</li></ul>	<p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов собеседования</p> <p>Оценка результатов проведенного экзамена</p>

связь с менеджментом; – формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.	
--	--