

Аннотация к программе
Дисциплина
ОП.07. «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»
Преподаватель Сизоненко Т.Г.

Согласовано ОАО «Интурист в г.Ростове-на-Дону» директор Кушнаренко Н.В.

Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания, входящей в состав укрупнённой группы специальностей 19 00 00 Промышленная экология и биотехнологии

Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в общепрофессиональный цикл

Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать:**

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- 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 коммуникаций;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- сущность, цели и основные функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины: максимальной учебной нагрузки обучающегося 92 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 66 часов;

лабораторно-практические работы 14 часов самостоятельной работы обучающегося 26 часов.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1 Основы экономики

Понятие экономики. Ограниченность экономических ресурсов. Типы экономических систем

Участие государства в хозяйственной деятельности

Семейный бюджет

Принципы рыночной экономики. Основные понятия: экономика, рынок, рыночные отношения. Рыночная система хозяйствования: понятие, сущность, функции и виды рынков.

Потребности - исходная предпосылка формирования потребительского рынка

Экономическая природа и содержание потребительского спроса. Предложения на рынке потребительских товаров. Определение емкости рынка.

Отрасль в условиях рынка. Отрасль: понятие, роль и значение в системе рыночной экономики. Современное состояние и перспективы развития. Отраслевой рынок труда, характерные черты и особенности. Основные экономические показатели развития отрасли.

Предприятие, как основной субъект хозяйствования

Предприятие: понятие, основные признаки, цели, функции. Классификация по различным признакам.

Организационно-правовые формы. Предприятия малого бизнеса в общественном питании.

Производство продукции и товарооборот

Товарооборот и производственная программа предприятий общественного питания.

Методы прогнозирования товарооборота. Товарные запасы и показатели эффективности их использования.

Основные фонды: понятие, классификация, показатели эффективности использования. Оборотные средства: сущность, состав и структура.

Издержки производства и обращения: сущность, классификация, факторы влияющие на уровень издержек.

Показатели, используемые при анализе и планировании издержек.

Цены и ценообразование Особенности ценообразования в общественном питании. Структура розничной и продажной цены. Калькуляция цен на продукцию предприятий питания.

Себестоимость. Валовой доход: сущность, источники образования.

Прибыль: экономическая природа, ее виды. Рентабельность, методика ее определения

Оплата труда работников предприятий питания. Механизм стимулирования труда и его совершенствования.

Тарифная система.

Формы и системы оплаты труда Состав фонда заработной платы, источники его образования.

Раздел 2 Основы менеджмента

Структура и классификация менеджмента. Сегментирование рынка

Сущность и характерные черты современного менеджмента. Сущность и характерные черты современного менеджмента. Основные школы и подходы менеджмента. Национальные особенности менеджмента. Организация и ее среда

Сущность управленческой деятельности. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Характеристика функций цикла.

Функции управления: общие, частные и специальные. Методы управления

Деловое и управленческое общение: понятие, назначение, формы общения. Деловые беседы и совещания: виды, особенности проведения. Транзакты. Коммуникации в организации: понятие, виды и уровни. Процесс коммуникации. Руководство: власть и партнерство.

Власть и влияние: понятие и виды власти. Лидерство и власть. Понятие и характеристика стилей управления. Управленческая решетка ГРИД.

Раздел 3 Маркетинг

Методологические основы маркетинга Сущность, основные цели, принципы и функции маркетинга. Межпредметные связи с другими дисциплинами Структурно-логическая схема маркетинга.

Основные понятия маркетинга. Этапы маркетинговой деятельности. Классификация маркетинга. Маркетинговые исследования

Цели, задачи, объекты и схема проведения маркетингового исследования. Способы сбора информации

Основные понятия, назначение и признаки сегментирования. Целевой маркетинг: варианты охвата рынка. «Рыночная ниша» позиционирование товара

Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Бостонская матрица. Критерии оценки конкурентоспособности предприятия.

Классификация средств маркетинга, их характеристика. Жизненный цикл товара и рыночная жизнь товара их этапы. Товарная политика предприятия

Виды и стратегия сбыта, уровни, функции каналов распределения. Критерии выбора, виды и типы торговых посредников.

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие столы и стулья для студентов;
- рабочий стол и стул для преподавателя;
- классная доска;
- наглядные пособия;
- комплект учебно-методической литературы.

Технические средства обучения: компьютеры, проектор, интерактивная доска, справочно-поисковые системы, экран

Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг. 7-е издание - М.: Издательский центр «Академия», 2019.
2. Гомала А.И., Кириллов В.Е., Жанин П.А. Экономика. - М.: Издательский центр «Академия», 2017.
3. Драчева Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент. - М.: Издательский центр «Академия», 2017.
4. Пястолов С.М. Экономическая теория - М.: Издательский центр «Академия», 2010.
5. Самойлович В.Г., Телушкина Е.К. Экономика предприятия. - М.: Издательский центр «Академия», 2012.
6. Соколова С.В. Основы экономики. - М.: Издательский центр «Академия», 2005.

Дополнительные источники:

1. Васильева, И.Н., Желнинский Г.С. Организация делопроизводства и персональный менеджмент: Учебное пособие. 2-е изд. / И.Н. Васильева, Г.С. Желнинский. - М.: Вузовский учебник, 2005.
2. Грибов, В.Д. Экономика предприятия.. - М. : Финансы и статистика, 2006.
3. Ломакин, А.Л. Управленческие решения: Учебное пособие. - М : ФОРУМ:ИНФРА-М, 2005.
4. Менеджмент: Учебник/ под ред. Проф. В.И. Королева. - М.: Экономистъ, 2005г.

5. Чечевицына, Л.Н. Экономика предприятия. - Ростов-на -Дону : Феникс, 2005. Средства массовой информации.
Интернет-ресурсы: <http://www.ecsocman.edu.ru/http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp><http://allmedia.ru/>