

Аннотация к программе
Дисциплина
ОП.05. «ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»
Преподаватель Макаровская Е.В.

Согласована ООП: ООО «МИК-35» - директор М.Е.Ниворожкин; ООО «Янтарь Дон» - директор Л.М.Скрипченко; Филиал «Комбинат питания» ГАУК РО РГМТ – директор А.Г.Киблицкий

Область применения программы

Дисциплина относится к профессиональному циклу, разделу ОП «Общепрофессиональные дисциплины».

Программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена по направлению 43.02.15. «Поварское и кондитерское дело» (пр. Минобрнауки РФ от 09.12.2016 г. №71565; зарег. в Минюсте РФ 20.12.2016г №44828), входящей в состав укрупнённой группы специальностей 43 00 00 «Сервис и туризм».

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

уметь:

- рассчитывать основные экономические показатели деятельности организации;
- оценивать эффективность деятельности организации;
- определять материально-технические, сырьевые, трудовые и финансовые ресурсы организации, показатели их эффективного использования;

знать:

- современное состояние и перспективы развития отрасли, организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- организационно-правовые формы организаций;
- перечень и характеристику материально-технических, сырьевых, финансовых ресурсов, показатели их эффективного использования, производственную, организационную структуру и инфраструктуру организаций;
- перечень основных и оборотных средств, нормы и правила оплаты труда, производственные программы и мощность, ценообразование, экономические показатели хозяйственной деятельности, оценку ее эффективности;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- формы оплаты труда.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями:

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 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

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.

Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 96 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 96 часов;

лабораторно-практические работы 20 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 Основы маркетинга

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/>