

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области  
Областное государственное автономное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Белгородский индустриальный колледж»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

по специальности

**19.02.10 «Технология производства общественного питания»**

Белгород 2020 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 19.02.10 «Технология продукции общественного питания» для дисциплин общеобразовательного цикла.

Рассмотрено  
цикловой комиссией  
Протокол заседания № 1  
от « 31 » августа 20 20г.  
Председатель цикловой  
комиссии  
\_\_\_\_\_ / Котлярова С.В./

Согласовано  
Зам.директора по УМР  
\_\_\_\_\_/Е.Е.Бакалова/  
« 31» августа 2020 г.

Утверждаю  
Зам.директора по УР  
\_\_\_\_\_/Выручаева Н.В. /  
« 31» августа 2020 г.

Рассмотрено  
цикловой комиссией  
Протокол заседания № 1  
от « 31 » августа 20 21г.  
Председатель цикловой  
комиссии  
\_\_\_\_\_ / Котлярова С.В./

Рассмотрено  
цикловой комиссией  
Протокол заседания № 1  
от « 31 » августа 20 22г.  
Председатель цикловой  
комиссии  
\_\_\_\_\_ / Котлярова С.В./

Рассмотрено  
цикловой комиссией  
Протокол заседания № 1  
от « 31 » августа 20 23г.  
Председатель цикловой  
комиссии  
\_\_\_\_\_ / Котлярова С.В./

Организация разработчик: ОГ АПОУ «Белгородский индустриальный колледж»  
Составитель:  
преподаватель ОГ АПОУ «Белгородского индустриального колледж»  
Савченко В.А.

Рецензент (*внутренний*):  
преподаватель ОГ АПОУ «Белгородский индустриальный колледж»  
Макаренко О.С.

## СОДЕРЖАНИЕ

стр.

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **ОП.07. «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования 19.02.10 «Технология продукции общественного питания».

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована по программам курсовой подготовки, переподготовки и повышения квалификации по направлению 19.02.10 «Технология продукции общественного питания».

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** дисциплина входит в общеобразовательный цикл.

**1.3. 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 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 процессе освоения учебной дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции:

№ п/п	Код компетенции по ФГОС	Содержание компетенции
1.	ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
2.	ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
3.	ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
4.	ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
5.	ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
6.	ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
7.	ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
8.	ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
9.	ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
10.	ПК 1.1	Организовывать подготовку мяса и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.
11.	ПК 1.2	Организовывать подготовку рыбы и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.
12.	ПК 1.3	Организовывать подготовку домашней птицы для приготовления сложной кулинарной продукции.
13.	ПК 2.1	Организовывать и проводить приготовление канапе, легких и сложных холодных закусок.
14.	ПК 2.2	Организовывать и проводить приготовление сложных холодных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.
15.	ПК 2.3	Организовывать и проводить приготовление сложных холодных соусов.

16.	ПК 3.1	Организовывать и проводить приготовление сложных супов.
17.	ПК 3.2	Организовывать и проводить приготовление сложных горячих соусов.
18.	ПК 3.3	Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из овощей, грибов и сыра.
19.	ПК 3.4	Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.
20.	ПК 4.1	Организовывать и проводить приготовление сдобных хлебобулочных изделий и праздничного хлеба.
21.	ПК 4.2	Организовывать и проводить приготовление сложных мучных кондитерских изделий и праздничных тортов.
22.	ПК 4.3	Организовывать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий.
23.	ПК 4.4	Организовывать и проводить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении.
24.	ПК 5.1	Организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов.
25.	ПК 5.2	Организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов.
26.	ПК 6.1.	Участвовать в планировании основных показателей производства.
27.	ПК 6.2.	Планировать выполнение работ исполнителями.
28.	ПК 6.3.	Организовывать работу трудового коллектива.
29.	ПК 6.4.	Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.
30.	ПК 6.5.	Вести утвержденную учетно-отчетную документацию.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося **126 часов**, в том числе:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **84 часа**,  
из которых **16 часов** отводится на практические занятия;  
самостоятельной работы обучающегося **42 часа** (всего),  
в том числе консультаций **8 часов**.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>126</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>84</b>
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	16
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>42</b>
в том числе:	
внеаудиторная самостоятельная работа	34
консультации	8
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.</i>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.07 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел 1. Основы экономики				
Тема 1.1 Предмет и история экономической науки	<b>Содержание учебного материала:</b>		6	
	1	<b>Предмет и история экономической науки:</b> предмет экономической теории; структура общей экономической теории: микроэкономика, макроэкономика. История развития экономической науки. Основные школы экономической теории.	2	1
	2	<b>Экономические системы, их основные типы:</b> основные типы экономических систем: традиционная, командно-административная и рыночная. Их отличительные черты. Основные элементы экономических систем: отношения собственности; методы управления и регулирования экономики; методы распределения ресурсов и благ. Основные принципы рыночной экономики.	2	2
	3	<b>Предприятие - как основной субъект рыночной экономики:</b> понятие и основные виды предприятий общественного питания, функции предприятий. Состояние и перспективы развития отрасли	2	2
	4	<b>Организационно-правовые формы предприятий</b>		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		3	
	Подготовка сообщений по темам: 1. «Основные школы экономической теории». 2. «Собственность: типы и виды собственности» 3. «Виды предприятий общественного питания»			
Тема 1.2. Экономические основы деятельности предприятий общественного питания	<b>Содержание учебного материала:</b>		12	
	1	<b>Планирование и прогнозирование деятельности предприятий:</b> Понятие о планировании и прогнозировании в условиях рынка, их необходимость. Этапы планирования. Содержание плана деятельности предприятия. Самостоятельность предприятия в его разработке и осуществлении.		2
	2	<b>Бизнес-план – как основная форма внутрифирменного планирования:</b> Понятие и необходимость разработки бизнес-плана; основные правила его разработки. Разделы бизнес-плана.		2-3
	3	<b>Экономические основы деятельности ПОП. Понятие, состав и структура основных</b>		



	<b>средств:</b> Понятие основных фондов, классификация основных средств, методы оценки основных средств и исчисление амортизации,		
4	<b>Показатели использования основных средств:</b> показатели эффективности использования основных средств (частные, обобщающие, показатели технического состояния ОС)		2
5	<b>Оборотные средства, их классификация:</b> понятие оборотных средств, их классификация, основные направления ускорения оборачиваемости оборотных средств, показатели их использования.		2-3
6	<b>Розничный товарооборот, его состав и структура:</b> Розничный товарооборот, его состав и значение в условиях рынка. Показатели розничного товарооборота, их взаимосвязь. Производственная программа деятельности предприятий ОП.		2-3
7	<b>Анализ розничного товарооборота:</b> Основные задачи и этапы проведения розничного товарооборота. Изучение состава, структуры и динамики товарооборота предприятий общественного питания		2-3
<b>Самостоятельная работа:</b>		5	
Подготовка докладов по темам: 1. «Методы планирования» 2. «Основные правила разработки бизнес-плана» 3. «Производственная программа деятельности предприятий общественного питания»			
<b>Консультации:</b>		2	
Основные и оборотные средства			
<b>Тема 1.3. Конечные финансовые показатели работы предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	12	
	1 <b>Экономическая природа и состав издержек:</b> Издержки обращения (затраты) в коммерческой деятельности, их виды и классификация. Показатели издержек обращения, факторы, влияющие на размер и уровень издержек обращения.		2
	2 <b>Классификация статей затрат:</b> классификация затрат по статьям бухгалтерского учета, расчет удельного веса затрат		2
	3 <b>Понятие цены, основные виды цен:</b> роль цены. Сущность цены в условиях рынка. Виды цен: закупочные, оптовые, розничные. Порядок формирования цен в условиях рынка. Структура свободной отпускной цены, розничной цены.		2-3
	4 <b>Понятие и источники валового дохода ПОП:</b> понятие валового дохода, источники его формирования, бюджетные отчисления предприятий с валового дохода.		2
	5 <b>Прибыль, основные виды прибыли:</b> Прибыль предприятий ОП. Порядок её образования и использования. Понятие о балансовой прибыли. Налогообложение прибыли. Оценка прибыли предприятия по результатам коммерческой деятельности.		2-3

	6	<b>Рентабельность предприятий общественного питания:</b> понятие и основные виды рентабельности на предприятии (общая рентабельность, рентабельность отдельных финансовых показателей работы предприятия).		2
	7	<b>Понятие, формы и системы оплаты труда:</b> Труд работников общественного питания, их роль в условиях рынка. Кадры общепита. Рынок труда. Службы населения. Их назначение. Производительность и эффективность труда в коммерческой деятельности. Пути их повышения. Формы оплаты труда на ПОП. Формирование штата сотрудников предприятий и определение затрат на оплату труда.		2-3
	<b>Практические занятия:</b>		4	
	1	Расчет основных видов цен		
	2	Расчет зарплаты различных категорий работников		
	<b>Самостоятельная работа:</b>		6	
	Подготовка сообщений по темам: 1.«Финансы предприятия». 2. «Налогообложение прибыли предприятий общественного питания». 3.«Порядок формирования цен в условиях рынка».			
<b>Раздел 2. Основы менеджмента Тема 2.1. Система методов управления организацией.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		8	
	1	<b>Основные понятия:</b> менеджмент, управление, организация. Цели, задачи и сущность управленческой деятельности. Особенности менеджмента на предприятиях общественного питания. История развития менеджмента. Характерные черты разных школ. Связь менеджмента с другими дисциплинами.		2
	2	<b>Организация как объект менеджмента.</b> Элементы организации и процесса управления: горизонтальные и вертикальные подразделения труда, уровни управления.		2
	3	<b>Организационные структуры управления организацией.</b> Принципы построения организационных структур. Основные типы организационных структур, их преимущества и недостатки.		2-3
	4	<b>Цикл менеджмента.</b> Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация и контроль. Характеристика функций цикла.		2-3
	5	<b>Управленческое решение.</b> Роль решения в процессе менеджмента. Типы решений и требования, предъявляемые к ним. Методы и подходы принятия решений. Этапы принятия решений.		

	6	<b>Методы управления.</b> Сущность, назначение, классификация. Управление персоналом. Организация кадровых служб. Управление трудовыми процессами. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.		2-3
	7	<b>Стили управления.</b> Характеристика каждого стиля. Управленческая решетка ГРИД. Определение стиля по «Решетке менеджмента».		2-3
	8	<b>Самоменеджмент.</b> Менеджер: понятие, роль и место в управлении организацией. Требования, предъявляемые к личносно-деловым качествам менеджера. Категории менеджеров в предприятиях общественного питания, их должностные обязанности и квалификационные требования к ним. Имидж менеджера.		2-3
	<b>Практические занятия:</b>		4	
	1	Составление схем, организационных структур управления предприятием общественного питания.		
	2	Решение ситуационных задач по выбору решения с учетом конкретных ситуаций в предприятиях общественного питания.		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		4	
	Написание конспекта первоисточника по темам: - История развития менеджмента. - Характерные черты разных школ. - Имидж менеджера.			
	<b>Консультации:</b>		2	
	Организационные структуры управления.			
<b>Тема 2.2. Деловое и управленческое общение</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		8	
	1	<b>Коммуникации в организации.</b> Коммуникации: понятие, элементы, виды: (вербальные, невербальные, внутренние и внешние, горизонтальные и вертикальные). Роль коммуникации в организации. Особенности коммуникации в предприятиях общественного питания.		2-3
	2	<b>Понятие делового и управленческого общения.</b> Роль общения в работе современного менеджера. Формы общения. Деловые беседы, совещания и переговоры, их виды и назначение. Функции и законы управленческого общения. Шкала отношений. Психологические приемы достижения расположенности подчиненных (аттракция): «имя собственное», «зеркало отношений», «золотые слова», «терпеливый слушатель».		2-3
	3	<b>Планирование проведения деловых совещаний.</b> Правила проведения бесед, совещаний. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров. Правила телефонного этикета. Деловое общение менеджеров		2-3

		с потребителями услуг общественного питания, руководством, подчиненными и коллегами по работе.		
	4	<b>Конфликты в организации.</b> Понятие, природа, причины. Последствия конфликтов: функциональные и дисфункциональные. Виды и причины возникновения конфликтов: внутри личностных, межличностных, межгрупповых. Методы управления конфликтами.		2-3
	5	<b>Стресс:</b> Понятие, природа и причины возникновения. Виды стресса. Методы снятия стресса.		1-2
	<b>Практические занятия:</b>		2	
	1	1.Тестирование личности на выявление способности к деловому и управленческому общению. 2.Тестирование личности на уровень конфликтности и на степень подверженности стрессу.		
	<b>Самостоятельная работа:</b>		4	
	Написание конспекта первоисточника по темам: 1.Законы управленческого общения. 2. Аттракция; 3. Взаимосвязь конфликта и стресса			
	<b>Консультации:</b>		2	
	Законы управленческого общения.			
<b>Раздел 3. Основы маркетинга</b> <b>Тема 3.1.</b> <b>Методологические основы маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		8	2-3
	1	<b>Предмет, цели и задачи маркетинга.</b> Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Состояние и перспективы развития потребительского рынка России. История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Социально-этический маркетинг.		
	2	<b>Структура маркетинговой деятельности.</b> Классический комплекс маркетинга: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара). Структура маркетинговой деятельности: цели, 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.		2-3
	3	<b>Классификация маркетинга.</b> Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарный, потребительский и интегрированный.		

	4	<b>Сегментирование рынка:</b> Основные понятия: рынок, сегментирование, сегмент, рыночная ниша. Принципы и критерии сегментации рынка, выбор целевого рынка. Позиционирование товаров.		2-3
	<b>Практические занятия:</b>		2	
	Отбор целевых сегментов рынка.			
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		4	
	Написание конспекта первоисточника по темам: -социально-этический маркетинг; -классификация маркетинга по сфере применения и приоритетности задач; -критерии выбора сегмента рынка;			
	<b>Консультации:</b>		2	
Методы маркетинга				
<b>Тема 3.2. Практический маркетинг.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		14	
	1	<b>Объекты маркетинговой деятельности. Объекты:</b> нужда, потребность, спрос. Потребности как объекты маркетинга. Классификация потребностей. Потребности, удовлетворяемые услугами общественного питания. Виды спроса, их краткая характеристика. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.		1-2
	2	<b>Субъекты маркетинговой деятельности.</b> Классификация участников маркетинговой деятельности, их характеристика.		1
	3	<b>Окружающая среда маркетинга.</b> Понятие, виды: микросреда, макросреда, медиасреда. Краткая характеристика разных сред.		2
	4	<b>Конкурентная среда.</b> Основные понятия: конкуренция, виды конкуренции, их характерные признаки; конкурентоспособность товаров и предприятия. Методы конкурентной борьбы.		2
	5	<b>Средства маркетинга.</b> Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства продвижения товаров. Уровни товара. Рыночный жизненный цикл товара, его основные этапы и характерные признаки. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.		1-2
	6	<b>Ценовая политика предприятия:</b> цена товара, ценовая политика и стратегия ценообразования. Виды цен. Факторы, влияющие на формирование цен в предприятиях общественного питания.		2-3
	7	<b>Сбытовая политика предприятий общественного питания.</b> Основные понятия: сбыт		2-3

	товаров, сбытовая политика. Виды и средства сбыта. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники. Поставщики товаров и услуг для предприятий общественного питания.		
8	<b>Методы маркетинга.</b> Классификация методов маркетинга, их характеристика. Достоинства и недостатки. Сфера применения, назначение.		2-3
9	<b>Реклама.</b> Цели, задачи, функции и назначение рекламы. Классификация рекламы, краткая характеристика основных видов. Участники рекламной деятельности. Правовые основы рекламной деятельности. ФЗ «О рекламе»: запреты и ограничения. Эффективность рекламы, методы оценки.		2-3
10	<b>Маркетинговые исследования рынка.</b> Понятие, цели, задачи, объекты. Особенности, виды, схема маркетинговых исследований. Выбор методов исследования. Оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений.		2-3
11	<b>Маркетинговая информация.</b> Назначение, источники (внутренние и внешние), критерии их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система.		2-3
12	<b>Планирование и стратегии маркетинга.</b> Стратегия и тактика маркетинга. Стратегическое планирование. Направление и виды стратегий маркетинга в предприятиях общественного питания, критерии их выбора. Бизнес-план предприятия общественного питания.		2-3
<b>Практические занятия:</b>		4	
1	Анализ факторов окружающей среды предприятий общественного питания. Анализ конкурентоспособности предприятий, продукции и услуг.		
2	Анализ влияния цен на покупательскую способность потребителей общественного питания		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		8	
Написание конспекта первоисточника по темам: 1. Основные функции маркетинга. 2. Классификация потребностей. 3. Виды спроса и взаимосвязанные с ними типы маркетинга; 4. Товарная марка и упаковка. 5. Медиа среда маркетинга предприятий общественного питания. 6. Эффективность рекламы.		.	
<b>Всего:</b>		<b>126</b>	



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

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

Реализация программы учебной дисциплины предполагает наличие учебного кабинета основ экономики, менеджмента, маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

рабочие места обучающихся,  
рабочее место преподавателя,

необходимая для проведения практических занятий методическая и справочная литература (в т.ч. в электронном виде),

Технические средства обучения:

компьютер,  
мультимедийный проектор, экран,  
мультимедийные презентации.

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

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

**Основные источники:**

1. Карпенко Е. А. Экономика отрасли: торговля и общественное питание Москва.: Альфа-М. 2015г.
2. Драчева Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент. Учебное пособие для ССУЗОВ. - М.: Академия, 2016
3. Казначевская Г.Б. Менеджмент: Учебное пособие. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2016
4. Литвак Б.Г. Практические занятия по менеджменту: мастер-класс. Учебное пособие. - М.: Дело, 2015
5. Лукашевич В.В. Основы менеджмента. Учебное пособие для ССУЗОВ. - М.: ЮНИТИ Дана, 2016
6. Лукашевич В.В. Управление персоналом. Учебное пособие, М.: 2015
7. Панов Разработка управленческих решений: Информационные технологии: Учебное пособие. - М.: Гор. 2016
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 2015
9. Ващекин Н.П., Парамонова Т.Н. и др. Маркетинг: Учебник. - М.: ФБК-Пресс, 2015

**Дополнительные источники:**

1. Гражданский кодекс РФ ч. 1 и 2
2. Налоговый кодекс РФ ч. 1 и 2



3. Трудовой кодекс РФ
4. Таможенный кодекс РФ
5. ФЗ РФ «О защите прав потребителей»
6. ФЗ РФ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности»
7. ФЗ РФ «О мерах по защите экономических интересов Российской Федерации при осуществлении внешней торговли товарами»
8. ФЗ РФ «Об иностранных инвестициях»
9. ФЗ РФ «О рекламе»
10. Методические рекомендации по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги. Утв. Минэкономки РФ 06.12.95 № СИ-484/7-982/.
11. Инструкция по определению розничного товарооборота и товарных запасов юридическими лицами, их обособленными подразделениями независимо от формы собственности, осуществляющими розничную торговлю и общественное питание. Утв. Госкомстатом России от 01.04.96 №25.
12. ГОСТ Р ИСО 9000-2001. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. - ИПК. Издательство стандартов, 2010
13. Квалификационный справочник должностей служащих. - М.: ИНФРА-2016

#### **Интернет-ресурсы:**

- 1 Финансовая литература [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tehlit.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
- 2 Портал нормативно-правовой документации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pntdoc.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
- 3 <http://marketing-magazine.ru>
- 4 <http://marketing.spb.ru> > **Маркетинг Менеджмент**
- 5 <http://ru.wikipedia.org> > **wiki/Менеджмент**

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

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<b>Освоенные умения:</b> рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	- тестовый контроль; - оценка результатов выполнения практических работ;
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	- оценка результатов выполнения практических работ;
анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	-устная проверка - оценка результатов выполнения практических работ;
<b>Усвоенные знания:</b> основные положения экономической теории;	- устная проверка - тестовый контроль
принципы рыночной экономики;	- устная проверка
современное состояние и перспективы развития отрасли;	- устная проверка
роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;	- устная проверка
механизмы ценообразования на продукцию (услуги);	- устная проверка - тестовый контроль
механизмы формирования заработной платы;	устная проверка - тестовый контроль
формы оплаты труда;	устная проверка - тестовый контроль
стили управления, виды коммуникации;	-тестовый контроль
принципы делового общения в коллективе;	-устная проверка
управленческий цикл;	-тестирование
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;	-письменная проверка; тестовый контроль
сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;	-тестовый контроль; - устная проверка
формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	-тестовый контроль - оценка результатов выполнения практических работ;

Тематический план консультаций по учебной дисциплине  
«ОП.07. Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

№ п/п	Наименование темы	Объем часов
1.	Основные и оборотные средства	2
2.	Организационные структуры управления	2
3.	Законы управленческого общения	2
4.	Методы маркетинга	2
Всего:		8

\_\_\_\_\_ Савченко В.А.

**Рецензия**  
**на рабочую программу учебной дисциплины ОП.07**  
**«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**  
**по специальности 19.02.10**  
**«Технология продукции общественного питания».**

Представленная рабочая программа, разработанная преподавателем Белгородского индустриального колледжа В.А.Савченко, предназначена для среднего профессионального образования. Программа дисциплины составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 19.02.10 «Технология продукции общественного питания».

Программа включает в себя:

- тематический план;
- программу по основным разделам;
- знания, которые необходимы обучающимся по специальности 19.02.10 «Технология продукции общественного питания».,
- перечень практических работ,
- тематика самостоятельной работы обучающихся.

Рабочая программа по учебной дисциплине ОП.07 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» по специальности 19.02.10 «Технология продукции общественного питания» предполагает приобретение студентами знаний и практических навыков.

Задача курса обучения по данной дисциплине состоит в изучении студентами экономических основ деятельности предприятий общественного питания: состав и структуру основных средств, оборотные средства, состав издержек, сущность цены в условиях рынка, основные виды прибыли и рентабельность; сущность, функции и методы менеджмента, принципы управления, вопросы, связанные с принятием управленческих решений, стили управления трудовыми ресурсами на предприятии, приемы делового и управленческого общения, практический маркетинг.

Количество часов тематического плана данной рабочей программы соответствует количеству часов учебного плана. Курс «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» рассчитан на 84 часа аудиторных занятий, в том числе 16 часов отводится на практические занятия и проведение самостоятельной работы, в количестве 42 часов, для закрепления полученных теоретических знаний. Итоговый контроль проверки знаний студентов рекомендовано проводить в форме дифференцированного зачета.

Считаю, что рецензированная программа составлена грамотно, количество и содержание часов, выделенных для обучения студентов специальности 19.02.10 «Технология продукции общественного питания» по данной дисциплине, достаточным.

**Рецензент:** преподаватель высшей категории  
ОГАПОУ «Белгородский индустриальный колледж»

О.С.Макаренко