

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.09 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта среднего
профессионального образования (далее – СПО) по специальности
19.02.03 Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий

Организация-разработчик:

ОГАПОУ «Белгородский техникум промышленности и сферы услуг»

РАССМОТРЕНО
На заседании методической комиссии

УТВЕРЖДАЮ
Зам.директора по УМР

Протокол № ____ от _____ _____ Борисовская Н.Г.

Ковалева И.В.

Разработчики:

Донец А.С., преподаватель ОГАПОУ "Белгородский техникум
промышленности и сферы услуг",
Музалевская Л.Н., преподаватель ОГАПОУ "Белгородский техникум
промышленности и сферы услуг"

СОДЕРЖАНИЕ

1.ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	18

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: общеобразовательные дисциплины

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

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;

В результате освоения 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, основные принципы и функции маркетинга его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

В процессе освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы общие и профессиональные компетенции (ОК, ПК)

ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой

	для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.
ПК 1.1	Организовывать и производить приемку сырья.
ПК 1.2	Контролировать качество поступившего сырья.
ПК 1.3	Организовывать и осуществлять хранение сырья.
ПК 1.4	Организовывать и осуществлять подготовку сырья к переработке.
ПК 2.1	Контролировать соблюдение требований к сырью при производстве хлеба и хлебобулочных изделий.
ПК 2.2	Организовывать и осуществлять технологический процесс изготовления полуфабрикатов при производстве хлеба и хлебобулочных изделий.
ПК 2.3	Организовывать и осуществлять технологический процесс производства хлеба и хлебобулочных изделий.
ПК 2.4.	Обеспечивать эксплуатацию технологического оборудования хлебопекарного производства.
ПК 3.1	Контролировать соблюдение требований к сырью при производстве кондитерских изделий.
ПК 3.2	Организовывать и осуществлять технологический процесс производства сахаристых кондитерских изделий.
ПК 3.3	Организовывать и осуществлять технологический процесс производства мучных кондитерских изделий.
ПК 3.4.	Обеспечивать эксплуатацию технологического оборудования при производстве кондитерских изделий.
ПК 4.1	Контролировать соблюдение требований к качеству сырья при производстве различных видов макаронных изделий.
ПК 4.2.	Организовывать и осуществлять технологический процесс производства различных видов макаронных изделий.
ПК 4.3.	Обеспечивать эксплуатацию технологического оборудования при производстве различных видов макаронных изделий.
ПК 5.1.	Участвовать в планировании основных показателей производства.
ПК 5.2.	Планировать выполнение работ исполнителем.
ПК 5.3.	Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 5.4.	Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителем.
ПК 5.5.	Изучать рынок и конъюнктуру продукции и услуг в области производства хлеба, хлебобулочных, кондитерских и макаронных изделий.

Личностные результаты

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	ЛР 2
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	ЛР 3
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»	ЛР 4
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	ЛР 5
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	ЛР 6
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	ЛР 7

Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, профессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	ЛР 8
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	ЛР 9
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	ЛР 11
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	ЛР 12

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 122 часов, в том числе:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 80 часов;
 самостоятельной работы обучающегося 32 часа;
 консультации 10 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	122
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	80
в том числе	
лабораторные занятия	32
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	32
в том числе:	
домашняя работа	32
консультаций	10
Итоговая форма аттестации: <i>дифференцированный зачет</i>	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающегося	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Введение	Учебная дисциплина «Основы экономики менеджмента и маркетинга», предмет цели и задачи, связь с дисциплинами общепрофессионального и специального циклов. Основные понятия и термины дисциплины. Структура экономических знаний. Роль дисциплины в жизни общества.	2	1
Раздел 1. Основы экономики		28	
Глава 1.1.	Общие проблемы экономической теории	8	
Тема 1.1.1.	Проблемы и уровни, исследуемые экономической теорией. Основы экономического анализа. Методы исследования, применяемые экономической теорией.	2	1
Тема 1.1.2.	Экономические потребности, их деление. Закон возвышения потребностей. Понятие «благо». Экономические ресурсы и факторы производства. Стадии движения общественного продукта: производство и воспроизводство, обмен, распределение, потребление. Производственная функция. Граница производственных возможностей. Альтернативная стоимость.	2	2
Тема 1.1.3.	Натуральное хозяйство. Простое товарное производство. Товар и его свойства. Формы стоимости. Функции денег. Экономическая система. Хозяйственная деятельность. Экономическая среда, основные стадии экономического процесса. Переходный период и рыночные реформы в России.	2	2
Тема 1.1.4.	Производительные силы общества. Производственные отношения. Юридическая основа собственности. Формы и виды собственности в России. Классификация собственности по форме присвоения.	2	1
	Самостоятельная работа. Экономическая теория в древности. Меркантилизм. Классическая школа экономики. Марксизм. Кейнсианская теория. Неоклассическая теория. Монетаристская теория.	4	2

Глава 1.2.	<p>Исторические этапы развития и смены типов и видов собственности при капитализме.</p> <p>Государственный сектор национальной экономики и его социально-экономическая роль. Полное огосударствление собственности в социалистических странах. Коренные преобразования государственной собственности в 1990-х годах в России.</p>		
	Микроэкономика	8	
Тема 1.2.1.	<p>Экономическая свобода как возможность индивида в реализации своих интересов. Частная собственность – основа рыночной экономики. Понятие о рынке как специфической форме взаимосвязи между обособленными производителями в рамках разделения труда. Перераспределение доходов в пользу лучше хозяйствующих субъектов. Рынки по охвату: локальные, национальные, международные. По объектам купли-продажи: рынки потребительских товаров и услуг, рынки ресурсов и финансовый рынок.</p> <p>Спрос. Функция спроса. Предложение. Функция предложения. Факторы, влияющие на спрос и предложение. Рыночное равновесие и рыночная цена. Излишек и дефицит. Эластичность спроса и предложения.</p>	2	2
	<p>Практическая работа № 1.</p> <p>Расчет равновесной цены</p>	2	
Тема 1.2.2.	<p>Теория поведения потребителя. Полезность. Правило максимизации полезности. Предельная полезность. Потребительское равновесие. Поведение производителя. Фирмы, основные формы деловых предприятий. Понятия: затраты, выпуск, совокупный продукт. Правило наименьших издержек. Правило максимизации прибыли. Доход фирмы: общий, средний, предельный. Издержки: постоянные, переменные, общие, предельные.</p>	2	1

	Практическая работа № 2. Расчет рационального объема производства, средних общих издержек, средней прибыли фирмы.	2	
Тема 1.2.3.	Конкуренция и монополия. Конкуренция ценовая, неценовая, несовершенная, совершенная. Модели монополии: чистая, естественная, олигополия, монополистическая конкуренция, монополия. Ценовые войны.	2	2
Тема 1.2.4.	Специфика спроса на факторы производства. Предельный продукт, предельная выручка. Комбинация производственных ресурсов. Цены, спрос и предложение ресурсов. Своеобразие рынка труда. Спрос и предложение труда. Заработная плата.	2	2
	Практическая работа № 3. Расчет необходимого числа работников и их заработной платы.	2	
	Самостоятельная работа Особенности рынка земли. Земельная рента и цена земли. Капитал, сущность и виды. Ссудный процент. Дисконтирование и инвестиционные решения. Предпринимательский доход.	2	3
Глава 1.3.	Макроэкономика	4	
Тема 1.3.1.	Макрорынки. Характеристика системы национальных счетов (СНС). Показатели СНС и их расчеты: валовой внутренний продукт (ВВП), валовой национальный продукт (ВНП), чистый национальный продукт (ЧНП), национальный доход (НД), личный доход (ЛД). Понятие совокупного спроса. Понятие совокупного предложения.	2	2
Тема 1.3.2.	Макроэкономическое равновесие. Инвестиции и факторы, воздействующие на их величину. Мультипликатор. Инфляционный и дефляционный разрыв. Экономические циклы. Экономический кризис. Безработица. Формы безработицы, их характеристика. Политика регулирования занятости в России. Инфляция. Причины инфляции. Негативные явления инфляции. Антиинфляционная политика России.	2	2

	<p style="text-align: center;">Самостоятельная работа</p> <p>Кейнсианский подход к макроэкономическому равновесию. Предельная и средняя склонность к потреблению и сбережению. Неравенство сбережений и инвестиций. Кейнсианский крест. Парадокс бережливости. Отличительные черты экономического кризиса в России. Характеристика рынка труда. Концепции занятости А. Пигу, Дж. Кейнса, А. Филипса. Закон Оукена. Характеристика открытой и подавленной инфляции. Кривая Филипса.</p>	4	3
Глава 1.4.	Механизм макроэкономического регулирования	4	
Тема 1.4.1.	<p>Рыночное саморегулирование. Государственное управление. Смешанная система управления. Экономические функции государства. Формы и границы государственного вмешательства в экономику. Государственная собственность и государственный сектор. Внешние эффекты и контроль над окружающей средой. Антимонопольная политика государства.</p> <p>Финансы, функции финансов. Финансовая система. Налоги. Формы налоговых ставок. Прямые и косвенные налоги. Кривая Лаффера. Государственный бюджет, функции, составные части. Бюджетный дефицит.</p>	2	2
Тема 1.4.2.	<p>Банковская система национальной экономики. Деньги как результат развития производительных сил и производственных отношений. Деньги, функции денег</p> <p>Спрос на деньги. Банки, их функции. Кредитно-денежная политика, ее цели и инструменты. Эффективность и границы денежно-кредитного регулирования.</p> <p>Экономический рост национального хозяйства. Воспроизводство народонаселения. Факторы, воздействующие на численность населения страны.</p> <p>Цели и задачи социальной политики государства. Уровень жизни.</p> <p>Потребительская корзина. Современные тенденции изменения численности населения в разных странах.</p> <p>Понятие экономического роста. Типы и темпы экономического роста. Перспективы экономического роста. Актуальные проблемы мировой экономики.</p> <p>Интеграция российской экономики в мировую. Современные системы валютных курсов. Валютная политика.</p>	2	2

	Самостоятельная работа Основные направления экономической реформы в России. Переход от административно-командной экономики к рыночной. Отличия в системах управления плановой экономики и рынка. Пути перехода к рынку. Либерализация цен. Разгосударствление. Принципы приватизации. Этапы приватизации. Реорганизация финансовой системы и сельского хозяйства.	2	3
Раздел 2. Менеджмент		26	
Глава 2.1.	Основные функции менеджмента	6	
Тема 2.1.1.	Цикл менеджмента. Планирование. Организовывание. Мотивация. Контроль. Сущность и виды планирования. Модель стратегического планирования.	2	2
Тема 2.1.2.	Разработка структуры организации. Различные типы организационных структур Делегирование полномочий. Понятие мотивации. Использование мотивации в практике менеджмента	2	2
Тема 2.1.3.	Сущность, виды, этапы контроля. Поведенческие аспекты контроля. Рекомендации по повышению эффективности контроля.	2	2
	Самостоятельная работа Общая характеристика мотивации. Теория содержания мотивации. Теория процесса мотивации.	2	2
Глава 2.2.	Руководство организацией как социальной системой.	6	
Тема 2.2.1.	Неформальные группы и управление ими. Лидерство, руководство, власть. Стиль руководства. Природа конфликта в организации. Стресс.	2	2
	Практическая работа №4. Сравнение стилей руководства и типов влияния.	2	
Тема 2.2.3.	Коммуникации как связующие процесса управления. Виды управленческой информации. Схема работы с управленческой информацией. Структура коммуникации. Коммуникационная сеть. Десять заповедей успешной коммуникации.	2	2

Глава 2.3.	Деловое общение	12	
Тема 2.3.1.	Коммуникации как связующие процесса управления. Структура коммуникации. Коммуникационная сеть. Десять заповедей успешной коммуникации.	2	2
Тема 2.3.2.	Практическая работа №5. Оценка коммуникативных способностей работника.	2	
Тема 2.3.3.	Психология делового общения. Закономерности, определяющие процессы межличностных взаимоотношений. Коммуникативные барьеры. Деловое общение. Этика делового общения. Важнейшие категории этики. Принципы этики делового поведения руководителя по отношению к подчиненным. Этические нормы и принципы, используемые подчиненными в деловом общении с руководителем.	2	2
Тема 2.3.4.	Деловой этикет. Тактика делового общения. Как подготовить сообщение (выступление)? Общение по телефону.	2	1
Тема 2.3.5.	Практическая работа №6 Этика ведения деловых переговоров.	2	
	Самостоятельная работа Компетентность в общении и решение проблемы собственного трудоустройства. Эффективное поведение на рынке труда. Собеседование с работодателем. Как написать письмо работодателю. Техника телефонных переговоров.	2	2
Тема 2.3.6.	Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности. Назначение и место предприятий отрасли. Ассортимент и качество продукции. Особенности организации технологического процесса. Сырьевая база отрасли.	2	2
	Самостоятельная работа Производственно-экономический потенциал предприятий отрасли. Состав и структура производства. Производственная мощность предприятия. Себестоимость продукции.	4	2
Раздел 3. Маркетинг		26	

Глава 3.1.	Характеристика основных маркетинговых элементов и целей организации, принятие решений.	12	
Тема 3.1.1.	Содержание основных целей организации. Миссия – как цель нулевого порядка. Внутрифирменное планирование: стратегическое и текущее. Понятие маркетинговых стратегий. Взаимодействие маркетинговых целей и стратегий.	2	2
Тема 3.1.2.	Понятие «товар» и товарная политика. Товарный знак, упаковка и маркировка. Жизненный цикл товара - важный критерий выбора маркетинговой стратегии. Разработка и модификация нового товара.	2	2
	Практическая работа №7. Разработка логотипа, фирменного знака, ЖЦТ для продукции предприятий отрасли.	2	
	Самостоятельная работа. Сущность товарной политики на предприятиях отрасли. Ассортиментная политика. Разработка новых видов товаров. ЖЦТ.	2	2
Тема 3.1.3.	Потребитель, его мотивация и покупательское поведение. Сегментирование рынка. Сегментирование рынка по группам потребителей, по параметрам продукции, по основным конкурентам. Критерии выбора сегмента рынка. Позиционирование товара.	2	2
Тема 3.1.4.	Цена, ценообразование и ценовая политика. Установление цены. Назначение цен в маркетинге. Стратегии адаптации цен. Ценовые скидки и поощрения. Ценовая политика организации в условиях рынка.	2	2
	Самостоятельная работа. Ценовая политика на предприятиях отрасли.	4	2
	Практическая работа №8. Расчет исходной цены продукции, выбор метода ценообразования.	2	
Тема 3. 1.5.	Понятие «сбыт». Политика сбыта как процесс доведения товара до потребителя. Организация товародвижения. Анализ каналов товародвижения. Оптовая и розничная торговля. Анализ методов реализации товара. Выбор варианта	2	1

	организации сбыта. Оценка и выбор каналов сбыта. Стимулирование сбыта.		
	Практическая работа №9. Оценка поведения потребителей при совершении покупок и изучение основных факторов влияния на покупательское поведение.	2	
	Самостоятельная работа. Выбор посредников. Разработка каналов сбыта продукции. Торговые посредники: виды и типы. Факторы, влияющие на выбор посредника. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	2	2
Тема 3.1.9.	Конкуренция и конкурентоспособность. Оценка конкурентоспособности организации. Оценка конкурентоспособности товара. Конкурентные преимущества. Антимонопольное законодательство.	2	2
	Самостоятельная работа. Современная концепция конкурентной рыночной системы. Система российского антимонопольного законодательства. Процедура применения антимонопольного законодательства и ответственность хозяйствующих субъектов и органов исполнительной власти за его нарушение.	4	2
Глава 3.2.	Методы маркетинговых исследований и прогнозов.	6	
Тема 3.2.1.	Информация - важный рыночный ресурс. Определение типа информации и источников ее получения.	2	1
Тема 3.2.2.	Цели и задачи методов и процедур маркетинговых исследований. Наблюдение. Методы опроса. Метод фокус - группы. Эксперимент. Панельный метод исследования.	2	1
Тема 3.2.3.	Разработка выборочного плана и определение выборки для исследования. Виды выборки. Ошибки сбора данных. Обработка и анализ маркетинговых данных. Замеры емкости рынка.	2	1
	Самостоятельная работа. Изучение методов формирования спроса и стимулирования сбыта. Методы прогнозирования потребителей на рынке: назначение, разновидности, возможности. Маркетинговые исследования на рынке отрасли.	4	1

Глава 3.3.	Стратегическое планирование и реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	8	
Тема 3.3.1.	Формирование стратегии организации и стратегии маркетинговых коммуникаций. Анализ маркетинговых возможностей организации. Стимулирование сбыта.	2	1
Тема 3.3.2.	Понятие «реклама». Роль рекламы в современном бизнесе. Разработка рекламной программы. Виды и носители рекламы. Оценка и измерение эффективности рекламы. Выбор конкретных носителей рекламы.	2	1
Тема 3.3.3.	Фирменный стиль организации. Роль и значение брендинга. Особенности бренд-менеджмента. Цели и задачи формирования имиджа организации. Организационная культура. Составляющие имиджа (узнаваемости) компании.	2	1
	Самостоятельная работа. Составление рекламного объявления для продукции предприятий отрасли.	3	1
Глава 3.4.	Организация работы маркетинговой службы, управление и контроль.	4	
Тема 3.4.1.	Подходы к организации управления службой маркетинга. Роль и статус маркетингового отдела. Методы расчета численности персонала. Управление персоналом маркетингового отдела.	2	1
Тема 3.4.2.	Функции руководителя маркетинговой службы. Информационная служба. Аналитическая служба. Рекламная служба. Маркетинг и работа с кадрами.	2	1
	Самостоятельная работа Работа с дополнительной литературой, изучение маркетинговой части бизнес-плана.	2	1
	ИТОГО:	122	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Основы экономики менеджмента и маркетинга».

Оборудование учебного кабинета: наличие мультимедийной установки.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Жабина С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании (2-е изд, стер.) учебник, 2019 г.

Дополнительные источники:

1. Слагода В. Г. Экономическая теория: Учебник. -3-е изд., испр. и доп. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007.
2. Борисов Е. Ф. Основы экономики. –М.: Дрофа, 2002.
3. Экономическая теория. Хрестоматия. 2-е изд. – М.: Высшая школа, 2000.
4. Борисов Е. Ф. Основы экономики. Практикум. Задачи, тесты, ситуации. – М.: Высшая школа, 2001.
5. Гребцова В. Е. Менеджмент для студентов колледжей. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000.
6. Басовский Л. Е. Менеджмент. – М.: Инфа – М., 2000.
7. Романов А. Н., Корлюгов Ю. Ю., Красильников С. А. и др. Маркетинг: Учебник / Под ред. Романова А. Н.- М.: «Банки и биржи», ЮНИТИ, 1996.
8. Эриашвили Н. Д. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе: Учебник- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ,
9. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Практикум по курсу менеджмента. – М.: Издательство «Зерцало», 1998.
10. Алексунин В.А.Маркетинг: Учебник- 3-е изд., перераб. и доп.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о» 2008.
11. Бардовский В. П.,Рудакова О.В.,Самородова Е.М. Экономическая теория: учебник-М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА- М, 2006.
12. Виханский О.С. Наумов А.И. Менеджмент- Учебник/ Виханский О. С.,Наумов А. И.- М.: Экономист, 2004.
13. Воронин В. Г. Менеджмент в пищевой промышленности.- М.: Колос С, 2003.
14. Казначевская Г. Б. Экономическая теория: учебник для колледжей изд. 2-е., доп. и перераб. / Г. Б. Казначевская –Ростов н/Д: Феникс, 2006.
15. Кнышова Е. Н. Маркетинг: Учебное пособие , -М.: Форум: ИНФРА-М, 2002.
16. Назаров Ю. А. Основы менеджмента: Учебное пособие / Ю.А. Назаров- М.: Глобус; Волгоград: Альянс, 2006.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (основные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>уметь</i> :	
Рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации	Устный экзамен/тестирование
Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	Устный экзамен/тестирование
Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг	Устный экзамен/тестирование
В результате освоения дисциплины обучающийся должен <i>знать</i> :	
Основные положения экономической теории	Устный экзамен
Принципы рыночной экономики	Устный экзамен/тестирование
Современное состояние и перспективы развития отрасли	Устный экзамен/тестирование
Роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике	Устный экзамен/тестирование
Механизмы ценообразования на продукцию (услуги)	Устный экзамен
Механизмы формирования заработной платы	Устный экзамен/тестирование
Формы оплаты труда	Устный экзамен/тестирование
Стили управления, виды коммуникаций	Устный экзамен/тестирование
Принципы делового общения в коллективе	Устный экзамен/тестирование
Управленческий цикл	Устный экзамен тестирование
Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	Письменный экзамен
Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом	Письменный экзамен / тестирование
Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации	Письменный экзамен / тестирование