

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. 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 |