

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
ФИО: Петровская Анна Викторовна «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Должность: Директор Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова
Дата подписания: 16.02.2022 14:22:00
Уникальный программный ключ: Отделение среднего профессионального образования
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

наименование учебной

дисциплины

код, специальность

Основы экономики, менеджмента и маркетинга

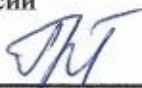
19.02.10 Технология продукции и
общественного питания

Краснодар,
2020

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО:
Предметно-цикловой комиссией
цикла дисциплин технологии
продукции общественного питания
Протокол № 6
От 06 июня 2020г.

Разработана на основе Федерального государственного
образовательного стандарта по специальности среднего
профессионального образования 19.02.10 Технология
продукции общественного питания

Председатель предметно-цикловой
комиссии



Н.С. Грушина

Подпись

Инициалы Фамилия

Заместитель директора по СНО



С.П. Боярская

Подпись

Инициалы Фамилия

Составитель: Ломзина М.Л., преподаватель ОСПО Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова
Ф.И.О., должность, наименование ФГБОУ

Рецензент: Балашова И.В., зав.кафедрой экономики и управления преподаватель ОСПО РЭУ
им. Г.В. Плеханова

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, наименование организации

Рецензент: Глуценко И.С. директор ООО «ОКСИД»

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, наименование организации

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ.....	22
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	24

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга входит в состав основной профессиональной образовательной программы образовательного учреждения в соответствии с программой подготовки специалистов среднего звена для специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина Основы экономики, менеджмента и маркетинга входит в блок общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла.

Содержание дисциплины имеет межпредметные связи с дисциплинами общепрофессионального цикла - информационные технологии в профессиональной деятельности, правовые основы профессиональной деятельности, статистики и др.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к реализации освоения учебной дисциплины

Целью изучения дисциплины является усвоение студентами теоретических знаний и приобретение умений.

В результате изучения дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга студент 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;

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.

1.4 Результаты освоения учебной дисциплины

Результатом освоения учебной дисциплины является формирование у обучающихся следующих компетенций: ОК 1 - 9 ПК 1.1 – ПК 1.3, ПК 2.1 – ПК 2.3, ПК 3.1 – ПК 3.4, ПК 4.1 – ПК 4.4, ПК 5.1 – ПК 5.2, ПК 6.1 – ПК 6.5

1.5 Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающихся 212 часов, в том числе:
обязательная аудиторная нагрузка обучающихся 150 часов;
самостоятельная работа обучающихся 50 часов;
консультации 12 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	212
Обязательная аудиторная нагрузка (всего)	150
в том числе:	
- лекционные занятия	130
- практические занятия	20
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	50
в том числе:	
- индивидуальные задания	30
- поиск информации в Интернет и обмен с преподавателем с использованием Интернет - технологий	10
- написание проектов, эссе, презентаций	10
Консультации	12
Промежуточная аттестация - в форме дифференцированного зачета и экзамена	-

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	Коды ОК и ПК
1	2	3	4	
Часть 1. Основы экономики Раздел 1. Введение в экономику.		6		
Тема 1.1 Предмет и метод экономической теории.	Цели, задачи, предмет дисциплины «Экономическая теория», её структура и межпредметные связи. Экономическая теория как фундаментальная наука. Предмет экономической теории и многообразие его трактовок. Ограниченность ресурсов и граница производственных возможностей. Экономические категории и законы, и их исторический характер.	1	1	ОК 1-9 ПК 1.1-1.3 ПК 2.1-2.3 ПК 3.1-3.4
Тема 1.2. Товарное производство и рынок.	Разделение труда как решающая предпосылка зарождения товарного производства. Продукт труда, товар и меновая стоимость. Виды разделения труда. Рынок - сфера обмена товарами, в том числе и услугами. Основные элементы рыночного механизма — цена, спрос и предложение. Конкуренция.	1	1	ОК 1-9 ПК 1.1-1.3 ПК 2.1-2.3 ПК 3.1-3.4
Тема 1.3. Теории трудовой стоимости, издержек и факторов производства.	Товар: понятие и его свойства. Труд и его двойственный характер. Труд как единственный источник всех благ. Коллоквиум.	2		ОК 1-9 ПК 1.1-1.3 ПК 2.1-2.3 ПК 3.1-3.4
Самостоятельная работа		2		
Раздел 2. Денежный рынок. Кредитно-денежные отношения.		8		
Тема 2.1. Деньги, денежное хозяйство и кредитные отношения.	Возникновение денег и их микроэкономическая природа. Формы стоимости. Функции денег. Деньги как деньги и деньги как капитал. Банки и процентная ставка. Кредитные отношения: пассивные и активные операции. Валовая и чистая прибыль банка.	2		ОК 1-9 ПК 1.1-1.3 ПК 2.1-2.3 ПК 3.1-3.4
Тема 2.2. Деньги, денежное хозяйство и кредитные отношения	Проведение круглого стола	2		ОК 1-9 ПК 2.1-2.3 ПК 3.1-3.4 ПК 4.1-4.4
Самостоятельная работа		2		
Тема 2.3. Инфляция.	Типы инфляции: открытая, подавленная и инфляция, вызванная бюджетной и кредитной экспансией.			

1	2	3	4	5
Раздел 3. Рынки ресурсов.		12		
Тема 3.1. Рынок труда.	Рынок труда: понятие, назначение. Рынок труда как проявление свободы личности и свободы от собственности. Система наемного труда. Специфика товара «рабочая сила» и особенности рынка труда. Факторы, влияющие на стоимость товара «рабочая сила».	2		ОК 1-9 ПК 2.1-2.3 ПК 3.1-3.4 ПК 4.1-4.4
Тема 3.2. Рынок капитала. Инвестиции и риски.	Капитал как многоуровневая категория. Основной и оборотный капитал. Амортизация основного капитала и ее норма. Оборот капитала, время, скорость его оборота и прибыль. Решение задач и выполнение тестовых заданий разного уровня сложности в малых группах.	2		ОК 1-9 ПК 5.1-5.2 ПК 6.1-6.5
Тема 3.3. Рынок земли.	Специфика земельных отношений и рынка земли. Земля и другие природные ресурсы как фактор производства. Плодородие земли: естественное и экономическое. Естественная производительная сила земли: избыточная и монопольная прибыль. Реферат. Дискуссия	2		ОК 1-9 ПК 2.2
Практическая работа		2		
Самостоятельная работа		2		
Раздел 4. Микроэкономический и макроэкономический анализ.		10		
Тема 4.1. Микроэкономика. Издержки производства и прибыль организации.	Издержки производства организации в краткосрочном и долгосрочном периодах. Классификация издержек в краткосрочном периоде в зависимости от объема выпускаемой продукции: постоянные, переменные издержки. Общие, средние и предельные величины выручки и издержек.	1		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 4.2. Организация в условиях чистой конкуренции и чистой монополии.	Конкуренция: понятие, виды, особенности рынка чистой конкуренции. Кривая спроса отдельной организации и отрасли. Равенство цены спроса, среднего и предельного доходов. Отсутствие барьеров для входа и выхода из отрасли. Максимизация прибыли или минимизация убытков организации-конкурента. Специфика рынка чистой монополии. Ценовая дискриминация на рынке чистой монополии.	2		ОК 1-9 ПК 4.1 ПК 4.3

1	2	3	4	5
Тема 4.3. Национальная экономика и общественный продукт.	Макроэкономика или национальная экономика: понятие, особенности макроэкономического анализа. Совокупный общественный продукт и его формы: валовой и конечный общественный продукт. Доходы, их виды и перераспределение. Личный располагаемый доход, конечное потребление и сбережения как источник инвестиций. Фонды потребления, возмещения, и накопления.	1		ОК 1-9 ПК 4.2
Тема 4.4.. Макроэкономическое равновесие, основанное на приоритете сферы производства.	Общественное воспроизводство. Пропорциональность и сбалансированность развития общественного производства и макроэкономическое равновесие. Реферат.	1		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 4.5. Макроэкономическое равновесие, основанное на приоритете сферы обращения.	Классическая модель макроэкономического равновесия и ее разновидности. Классический участок совокупного предложения. Равновесие общего спроса и предложения. Роль процентной ставки. Кейнсианская модель макроэкономического равновесия. Кейнсианский участок кривой совокупного предложения. Эффективный спрос. Имитационная задача	1		ОК 1-9 ПК 4.4
Самостоятельная работа		2		
Раздел 5. Экономический рост и цикличность развития капиталистической экономики.		4		
Тема 5.1. Экономический рост.	Классическая модель экономического роста. Производственная функция Кобба-Дугласа и ее ограниченность. Макроэкономическая область применения производственной функции. Коэффициенты эластичности. Кейнсианская модель экономического роста.	1		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 5.2. Специфика современных кризисов. Мировые экономические кризисы и циклы, современные их особенности.	Выполнение заданий по практикуму. Тестирование.	1		ОК 1-9 ПК 2.2

1	2	3	4	5
Самостоятельная работа		2		
Раздел 6 Государство в системе рыночных отношений.		8		
Тема 6.1. Финансовая система.	Финансы. Структура государственного бюджета. Внебюджетные фонды. Налоги: понятие, назначение, сущность налогов, их фискальная, регулирующая и контролирующая функции. Принципы и формы налогообложения. Классификация налогов. Налоговые ставки и бюджетные поступления.	2		ОК 1-9 ПК 4.1
Тема 6.2. Благополучие и социальная политика.	Благополучие: понятие, экономический, социальный и этический аспекты. Доходы и их дифференциация. Принципы формирования доходов: трудовые и нетрудовые, легальные и нелегальные. Измерение степени неравенства в доходах.	2		ОК 1-9 ПК 4.3
Практическая работа		2		
Самостоятельная работа		2		
Раздел 7. Государственное регулирование национальной экономики.		6		
Тема 7.1. Инструменты макроэкономической политики государства и стабилизационная политика.	Финансовое регулирование. Кредитно-денежная политика центрального банка: рестрикция и экспансия. Регулирование трудовых отношений путем участия в процессе воспроизводства рабочей силы, стимулирования занятости и создания условий для формирования мобильной рабочей силы. Регулирование социальных отношений	2		ОК 1-9 ПК 4.4
Практическая работа		2		
Самостоятельная работа		2		
Часть 2. Менеджмент		12		
Раздел 1 Понятие менеджмента, история возникновения, эволюция концепций менеджмента				
Тема 1.1. Отличительные особенности менеджмента, как особого вида профессиональной деятельности.	Цели и задачи менеджмента. Основные этапы развития управления. История возникновения управления. Основные школы в эволюции менеджмента и их представители: школа научного управления (Ф. Тейлор) школа административного управления (А. Файоль, Г. Форд, Т. Эмерсон), классические принципы управления (14 принципов А. Файоля); школа человеческих отношений и поведенческих наук (Э.Мэйо, М.П.Фоллет); школа количественных методов. Процессный, системный и ситуационный подход в менеджменте, их сущность и основные отличия.	2	1	ОК 1-9 ПК 2.2

1	2	3	4	5
Тема 1.2. Сущность менеджмента, характерные черты современного российского менеджмента	Сущность современного менеджмента, его отличительные особенности. Специфика менеджмента в России с учётом имеющихся трудностей и проблем перехода к рыночной экономике. Задачи менеджеров и навыки необходимые для эффективной управленческой деятельности.	2	1	ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 1.3. Задачи менеджеров и навыки необходимые для эффективной управленческой деятельности.	Знакомство с инструкциями и должностными обязанностями менеджеров в организации.	2		ОК 1-9 ПК 4.3
Тема 1.4. Основные школы управления и концепции менеджмента	Написать реферат на любую из ниже предложенных тем по выбору в рамках самостоятельной работы: 1. Характеристика американской модели менеджмента. 2. Сущность японской модели менеджмента. 3. Западноевропейская модель менеджмента. 4. Основные концепции школы научного управления. 5. Основные положения школы психологии и человеческих отношений. 6. История возникновения управления	2		ОК 1-9 ПК 4.1
Самостоятельная работа		2		
Раздел 2. Организация как система управления		12		
Тема 2.1. Классификация организаций по различным признакам	Организация как система управления: понятие, основные признаки. Классификация организаций по различным признакам: по способу возникновения, по правовому положению, по целям, по организационно - правовой форме и т.д. Разделение труда в организации: функциональное, профессионально-квалифицированное, структурное. Факторы внутренней среды: цели, ресурсы, культура. технологии, структуры, обмен информацией. сотрудники, отношения между ними, нормы их поведения.	2		ОК 1-9 ПК 2.3

1	2	3	4	5
Тема 2.2. Влияние внешних и внутренних факторов на организацию	Отработка навыков по определению влияния факторов внешней и внутренней среды на деятельность организации.	2		ОК 1-9 ПК 2.2
Тема 2.3. Организационно-правовые формы предпринимательства	Изучить основные организационно-правовые формы предпринимательства, их сущность и преимущества, а затем составить по данной теме кроссворд, состоящим не менее чем из 20 вопросов.	4		ОК 1-9 ПК 4.3
Самостоятельная работа		4		
Раздел 3. Цикл менеджмента: функции управления		8		
Тема 3.1. Организационная структура управления	Понятие организационной структуры управления, роль в эффективности менеджмента. Основные типы структур: иерархические (линейная, функциональная, линейно-функциональная) и органические, их характеристика, достоинства и недостатки. Принципы управления организационной структурой управления.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 3.2. Определение оптимальной структуры управления в организации	Отработка навыков по определению типа структуры и её построению.	2		ОК 1-9 ПК 4.2
Тема 3.3. Цикл менеджмента: планирование (стратегическое и тактическое), организация, мотивация, контроль.	По материалам открытой печати изучить вопрос и написать письменный отчет.			ОК 1-9 ПК 4.1
Самостоятельная работа		4		
Раздел 4. Методы управления		16		
Тема 4.1. Основные методы управления	Понятие методов управления. Направленность, содержание и организационная форма методов. Классификация методов управления: организационные, административные, экономические, социально-психологические. Характер воздействия методов: прямое и косвенное.	2		ОК 1-9 ПК 2.3

1	2	3	4	5
Тема 4.2. Лидерство и руководство: основные стили руководства, деловое партнёрство.	Отличительные особенности менеджера и лидера. Стили руководства: понятие. Основные стили руководства, их разновидности и характеристика. Деловое партнёрство, его особенность. Факторы, влияющие на эффективность влияния (одежда и внешний вид; осанка; поведение; улучшение личных взаимоотношений; вознаграждение; умение давать указания подчинённым). Этичность и имидж руководителя: понятие, роль и эффективности делового общения.	2		ОК 1-9 ПК 4.3
Тема 4.3. Отработку навыков выбора оптимального метода управления.	Решение кейсовых заданий в группах.	2		ОК 1-9 ПК 2.2
Тема 4.4. Определение способов влияния руководителя на подчинённых и оптимальных путей построения взаимоотношений с подчинёнными; определение эффективности стилей управления в различных ситуациях.	Решение кейсовых заданий в группах.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Практическая работа		2		
Самостоятельная работа		2		
Раздел 5. Информационное и коммуникационное обеспечение менеджмента.		12		
Тема 5.1. Информация, её роль в процессе управления предприятием.	Классификация информации по различным признакам Документ: понятие, требования, предъявляемые к документам. Классификация документов по различным признакам (в зависимости от авторства, по степени сложности, по степени типизации, по степени подлинности и т.д.). Документооборот и делопроизводство.	2		ОК 1-9 ПК 2.2

1	2	3	4	5
Тема 5.2. Повышение эффективности межличностных коммуникаций.	Отработку навыков общения, преодоления барьеров в коммуникации, умения строить эффективный обмен информацией.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 5.3. Коммуникационный процесс	Основная цель коммуникационного процесса. Элементы и этапы КП. Признаки эффективного коммуникационного процесса.	2		ОК 1-9 ПК 4.4
Практическая работа		2		
Самостоятельная работа		4		
Раздел 6. Решения в менеджменте		10		
Тема 6.1. Управленческое решение. Классификация решений по различным признакам	Рассмотрение вариантов управленческих решений в конкретных ситуациях; отработка этапов разработки и принятия решения.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 6.2. Роль культуры управления в формировании имиджа предприятия.	Основные элементы культуры управления: культура содержания рабочего места; культура приёма посетителей; личная культура работника аппарата управления, культура работы с письмами; культура составления управленческих документов. Подобрать материалы по данным вопросам из печати и Интернета, составить письменный отчет.	4		ОК 1-9 ПК 2.3
Самостоятельная работа		2		
Раздел 7. Кадры управления		8		
Тема 7.1. Личность и её отличительные особенности	Отработка навыков определения типов темперамента и характера (составление тестов, анкет).	2		ОК 1-9 ПК 2.2
Практическая работа		2		
Самостоятельная работа		4		
Часть 3. Маркетинг				
Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов: технологов общественного питания.	2	1	ОК 1-9 ПК 2.3

1	2	3	4	5
Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины	Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России, в том числе в сфере услуг общественного питания. Состояние и поддержание конкурентной среды, состояние источников наполнения рынка товарами. Насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами. Необходимость систематического анализа конъюнктуры рынка.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 2. Концепции развития рыночных отношений	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, её сущность. Социально – этический маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.	2	1	ОК 1-9 ПК 4.1
Самостоятельная работа	Написание рефератов по темам: Классификация маркетинга. Современные концепции маркетинговой деятельности.	2		
Тема 3. Структура маркетинговой деятельности	Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов). Цели и задачи маркетинга. Функции и принципы маркетинга, их краткая характеристика.	2	2	ОК 1-9 ПК 4.2
Самостоятельная работа	Написание рефератов по темам: Товары. Продажа товаров. Потребительская корзина.	2		
Тема 4. Классификация маркетинга	Классификационные признаки. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребительно-ориентированный и интегрированный. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Отличительные особенности.	2		ОК 1-9 ПК 4.3
Тема 5. Сегментирование рынка	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально – экономические, психографические, поведенческие.	2	1	ОК 1-9 ПК 2.3

1	2	3	4	5
Тема 5. Сегментирование рынка	Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищённость выбранного сегмента от конкуренции. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 6. Объекты маркетинговой деятельности	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психологические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. Потребности, удовлетворяемые услугами общественного питания.	2	2	ОК 1-9 ПК 2.2
Тема 6. Объекты маркетинговой деятельности	Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.	2		ОК 1-9 ПК 2.2
Самостоятельная работа	Написание рефератов по темам: Потребительский выбор и потребительское поведение. Права потребителя. Товарные знаки.	4		
Тема 7. Субъекты маркетинговой деятельности	Классификация участников деятельности на две группы: выполняющих маркетинговую деятельность и контактирующих с маркетологами при выполнении маркетинговой деятельности. Первая группа субъектов: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Требования к специалисту по маркетингу. Нормативные документы, регламентирующие указанные требования. Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно – функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации. Международные и национальные организации по маркетингу.	2		ОК 1-9 ПК 2.2

1	2	3	4	5
Тема 7. Субъекты маркетинговой деятельности	Вторая группа субъектов: потребители, поставщики, конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Необходимость контактов маркетологов с указанными субъектами. Потребители услуг общественного питания: особенности, их сегментация по уровню доходности и запросам, по времени обслуживания. Особенности поведения потребителей услуг общественного питания.	2		ОК 1-9 ПК 2.2
Тема 8. Окружающая среда маркетинга	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации, в том числе предприятия общественного питания.	2	1	ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 8. Окружающая среда маркетинга	Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно – техническая (технологическая), культурная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 9. Конкурентная среда	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность предприятий, продукции и услуг; конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды конкуренции, их характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.	2		ОК 1-9 ПК 4.1
Тема 9. Конкурентная среда	Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Конкурентоспособность предприятий, продукции и услуг: критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения.	2		ОК 1-9 ПК 4.1
Самостоятельная работа	Написание рефератов по темам: Конкурентная среда и ее влияние на предприятия общественного питания. Внешняя среда и конкуренция.	2		
Тема 10. Средства маркетинга	Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства распространения, средства стимулирования.	2	2	ОК 1-9 ПК 2.2

1	2	3	4	5
Тема 10. Средства маркетинга	Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика. Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. Рыночный жизненный цикл товара: представление об основных этапах. Маркетинговое понятие товара.	2		ОК 1-9 ПК 2.2
Тема 10. Средства маркетинга	РЖЦ товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика РЖЦ продукции и услуг общественного питания. Разработка новых видов продукции и услуг на предприятиях общественного питания: обоснование необходимости, уровни, этапы. Анализ путей поиска рыночной новизны товара, в том числе услуги общественного питания. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.	2		ОК 1-9 ПК 2.2
Тема 11. Ценовая политика	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен на продукцию и услуги предприятий общественного питания.	2	2	ОК 1-9 ПК 4.1
Тема 11. Ценовая политика	Система скидок и надбавок в предприятиях общественного питания. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними. Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий.	2		ОК 1-9 ПК 4.1
Самостоятельная работа	Написание рефератов по темам: Цена и ценовая политика фирмы. Цена и спрос. Ценовая политика предприятия торговли. Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации	2		
Тема 12. Сбытовая политика предприятий общественного питания	Основные понятия: сбыт товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, деления, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, возможности. Критерии выбора каналов сбыта.	2	1,2.	ОК 1-9 ПК 4.2
Тема 12. Сбытовая политика предприятий общественного питания	Системы сбыта. Поставщики товаров и услуг для предприятий общественного питания в каналах распределения. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	2		ОК 1-9 ПК 4.2

1	2	3	4	5
Тема 13. Методы маркетинга	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 13. Методы маркетинга	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС), используемые предприятиями общественного питания: виды, назначение. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, паблик рилейшнз: понятие, сущность, назначение, возможности, достоинства и недостатки разных методов, краткая характеристика.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 13. Методы маркетинга	Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды, анализ поведения потребителей. Методы прогнозирования потребителей на рынке: назначение, разновидности, возможности.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Практическое занятие	Овладение методикой опросов потребителей по выявлению потребностей.	2		
Тема 14. Реклама	Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности.	4	1	ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 14. Реклама	Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Специфика рекламных услуг общественного питания. Критерии выбора средств рекламы предприятиями общественного питания. Модель потребительского восприятия рекламы.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 14. Реклама	Рекламная кампания фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Структура рекламы. Правила рекламы. Организация рекламной кампании. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Практическое занятие.	Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности рекламы.	2		

1	2	3	4	5
Самостоятельная работа	Написание рефератов по темам: Развитие рекламы в России. Общие требования к рекламе, особенности и перспективы развития на российском рынке. Реклама как средство стимулирования сбыта и формирования спроса. Организация рекламной деятельности на фирме в условиях рыночных отношений. Прямая реклама и система Public Relations как элементы маркетинга. Реклама и продвижение товара. Реклама и стимулирование сбыта. Эффективность рекламы.	2		
Тема 15. Маркетинговые исследования рынка	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы, формулирование целей исследований, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решения. Коррекция и оптимизация результатов.	2	1	ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 15. Маркетинговые исследования рынка	Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние, внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС). Методы маркетинговых исследований: экспериментальные, аналитические, возможности их применения. Организация маркетинговых исследований. Важнейшие направления маркетинговых исследований: исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителя.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Тема 15. Маркетинговые исследования рынка	Маркетинговые исследования товарных рынков: определение ёмкости, конъюнктурные и прогностические исследования, исследование конкурентной среды, выявление потребностей и средств для их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта. Значение маркетинговых исследований для определения специфики отдельных сегментов товарного рынка, для оптимизации ассортимента продукции и услуг общественного питания, повышения их качества, разработки сбалансированного перечня информационных и сервисных услуг.	2		ОК 1-9 ПК 2.3
Самостоятельная работа	Написание рефератов по темам: Маркетинговые исследования как ступень к повышению коммерческих результатов.	4		

1	2	3	4	5
Тема 16. Стратегия и планирование маркетинга	<p>Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга на предприятиях общественного питания, критерии их выбора.</p> <p>Стратегическое планирование. Понятие. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики, контроль за выполнением. Краткая характеристика основных этапов. Маркетинговая часть бизнес – плана.</p> <p>Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа (результаты стратегического планирования). Маркетинговая часть бизнес-плана предприятий общественного питания.</p>	2	2	ОК 1-9 ПК 2.3
Консультации		12		
	Всего:	212		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению:

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета должно соответствовать требованиям федерального государственного стандарта среднего профессионального образования, обеспечивающего условия реализации учебной дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом профессионального образовательного учреждения, в котором предполагается реализация учебной дисциплины (модуля) и с учетом особенностей реализуемой учебной дисциплины (модуля).

Оборудование учебного кабинета должно включать:

- компьютеры (персональные) с процессором Intel Core i3/i5/i7 (или эквивалентом), оперативной памятью не менее 4 Гбайт, жестким диском не менее 1 Тбайт, операционной системой Windows 10, офисным пакетом Office Professional Plus 2010 Rus, антивирусом Kaspersky Endpoint Security Rus Edition, архиватором PeaZip, Adobe Acrobat Reader DC.

3.2 Информационное обеспечение обучения

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2016. - 288 с.: 60x90 1/16. ISBN 978-5-9776-0085-9.

2. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 498 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06278-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441986>

3. Батраева, Э. А. Экономика предприятия общественного питания : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Э. А. Батраева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 390 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04578-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437478>

4. 1. (.) : - 2- / - : , 2016. - 255 .

5. Маркетинг [Текст]: учебник / В.А. Алексунин. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 216 с.-гриф МО РФ

6. Коротков Э.М. Менеджмент: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2013. - 640 с.- (Бакалавр. Углубленный курс).- гриф УМО

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

7. Новый экономический словарь [Текст] / под общ. ред. П.Я. Юрского, Д.В. Остапенко.

8. Астафьев И.В. Ноосферная экономика (Мотивационная экономическая система) / И.В. Астафьев.- Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012.
9. Арефьева Н.Т. Прогнозирование социокультурных процессов и формирование экономической культуры населения русской провинции (на примере Ивановской обл.).- Иваново: изд-во Иван. гос. ун-та, 2010
10. Арефьева Н.Т. Прогнозирование развития социокультурных процессов как фактор устойчивого развития региона.-Иваново: изд-во Иван. гос. ун-та, 2010.
11. Новиков А.И. Актуальные проблемы региональной экономики и активизация территориального фактора социально-экономического развития /А.И. Новиков, . . . Бабаев, Н.В. Боровкова, Е.Е. Николаева, Е.А. Антрекус.- Иваново: 2013.

Интернет-ресурсы:

ЭБС Znanium.com <http://www.znaniy.com>

ЭБС «Юрайт» <http://biblio-online.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
УМЕТЬ:	
—Рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	практическая работа
—Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	Практическая работа
—Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.	практическая работа
ЗНАТЬ:	
—Основные положения экономической теории;	Зачет в виде тестирования
—Принципы рыночной экономики;	Зачет в виде тестирования
—Современное состояние и перспективы развития отрасли;	Письменный опрос
—Роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;	Зачет в виде тестирования
—Механизмы ценообразования на продукцию (услуги);	Демонстрация знаний при решении задач
—Механизмы формирования заработной платы;	Зачет в виде тестирования
—Формы оплаты труда;	Письменный опрос
—Стили управления, виды коммуникаций;	Зачет в виде тестирования, составление схемы процесса коммуникаций
—Принципы делового общения в коллективе;	Письменный опрос
—Управленческий цикл;	Тестирование, опрос индивидуальный или письменный
—Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;	Письменный опрос
—Сущность, цели и основные функции маркетинга, его связь с менеджментом;	Опрос
—Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.	Опрос

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Изменения и дополнения в рабочей
программе расселения и обустройства
на заселении предметно-циклового
комплекса центра диссертации технологии
продукции общественного питания от
26.04.2021 (протокол №5)

Председатель ПЦК



Грушина Н.С.