ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ ЯРОСЛАВСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ № 21



**Рабочая программа**

**учебной дисциплины**

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

для специальности

**19.02.10 Технология продукции общественного питания**

Ярославль 2017



Рабочая программа учебной дисциплины

ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям среднего профессионального образования (далее – СПО) **19.02.10 Технология продукции общественного питания**

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | стр. |
| **ПАСПОРТ рабочей программы УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 2 |
| **СТРУКТУРА и содержание УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 3 |
| **условия реализации рабочей программы учебной дисциплины** | 9 |
| **Контроль и оценка результатов Освоения учебной дисциплины** | 11 |

1. **паспорт рабочей ПРОГРАММЫ учебной ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Область применения программы**

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **19.02.10 Технология продукции общественного питания.**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использованадля реализации программ повышения квалификации и переподготовки работников пищевого производства и общественного питания.

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

 учебнаядисциплинаотносится к профессиональному циклу, разделуОП.00 Общепрофессиональные 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 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.

 Результатом освоения программы является овладение обучающимися общими (ОК) компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

 Обучающиеся должны обладать профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими видам деятельности:

5.2.6. Организация работы структурного подразделения.

**1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося **– 48 часов**, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **–** **32 часа**;

- самостоятельной работы обучающегося **–** **16 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)** | **48** |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)**  | **32** |
| в том числе: |  |
| практические занятия |  |
| **Самостоятельная работа обучающегося (всего)** | **16** |
| Итоговая аттестация в форме **дифференцированного зачёта** |

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала, практические работы,****самостоятельная работа обучающихся** | **Объем****часов** | **Объем****часов** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Раздел 1****Основы маркетинга**  |  | **27** |  |
| **Тема 3.1.** Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга | **Содержание учебного материала** | 4 | 1 |
| 1.Маркетинг и его роль в развитии общественного питания.  |
| 2. Принципы и функции маркетинга.  |
| 3. Структура маркетинговой деятельности. Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания.  |
| 4. Объекты маркетинговой деятельности. Классификация потребностей.Окружающая среда маркетинга. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Анализ комплекса маркетинга предприятия общественного питания. | 2 | 3 |
| **Тема 3.2.**Современное состояние и перспективы развития отрасли  | **Содержание учебного материала** | 4 | 1 |
| 1. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России и региона. |
| 2. Концепции развития рыночных отношений. |
| 3. Классификация маркетинга. Основные виды маркетинга. |
| 4. Анализ конкурентной среды. Конкурентоспособность предприятий, продукции и услуг. Антимонопольное законодательство по защите конкуренции и конкурентной среды. |
| 5. Сегментирование рынка. Признаки и критерии сегментирования потребительского рынка. Потребители услуг общественного питания. Модель покупательского поведения.  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Анализ особенностей поведения потребителей услуг общественного питания.  | 2 | 3 |
| **Тема 1.3.**Ценообразование на продукцию (услуги) | **Содержание учебного материала** | 4 | 1,2 |
| 1. Цена, ценовая политика. Классификация цен. Формирование цен в предприятиях общественного питания. |
| 2. Процесс ценообразования. Стратегии ценообразования. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Анализ особенностей стратегий ценообразования предприятий общественного питания.  | 2 | 3 |
| **Тема 1.4.** Адаптация производства и сбыта к рыночной ситуации | **Содержание учебного материала** | 6 | 1,2 |
| 1. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики: упаковка, ассортимент, товарный знак, сервис и т.д., их характеристика.  |
| 2. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания. Правовые основы рекламы.  |
| 3. Маркетинговые исследования рынка.  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Разработка рекламных текстов для предприятия общественного питания. | 3 | 3 |
| **Раздел 2****Основы менеджмента** |  | **24** |  |
| **Тема 2.1.** Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности  | **Содержание учебного материала** | 4 | 1 |
| 1. Основные понятия и категории менеджмента. |
| 2. Особенности менеджмента предприятий общественного питания, цели и задачи. |
| 3. Особенности менеджмента в России. Принципы управления, особенности применения принципов управления в предприятиях общественного питания.  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Американская и японская модель менеджментаИспользование мирового опыта менеджмента в условиях России. | 2 | 3 |
| **Тема 2.2.** Функции менеджмента  | **Содержание учебного материала** | 2 | 1 |
| 1. Функция планирования. Процесс стратегического планирования.  |
| 2. Функция организации. Организационные структуры управления. Делегирование полномочий, пределы полномочий.  |
| 3. Функция мотивации. Мотивационные теории. Функция контроля. Виды, этапы, правила контроля. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Определение типа и вида организационной структуры управления предприятия общественного питания (базы практики), анализ ее сильных и слабых сторон.Современные теории мотивации. | 2 | 3 |
| **Тема 2.3.**Стили управления | **Содержание учебного материала** | 2 | 1 |
| 1. Стили управления: авторитарный, демократический, либеральный, их характеристика. |
| 2.«Решетка менеджмента». Теория лидерства, подходы к лидерству, типы лидерства. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Основные функции управления. Конкретные функции аппарата управления. Регламентация функций управления. Методы управления.  | 2 | 3 |
| **Тема 2.4.**Коммуникации в управлении  | **Содержание учебного материала** | 2 | 1,2 |
| 1. Коммуникации: понятие, виды. Процесс коммуникаций. Особенности процесса коммуникаций в предприятиях общественного питания.  |
| 2. Барьеры в процессе коммуникаций. Рекомендации по совершенствованию процесса коммуникаций.  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Сущность и элементы руководства. Стили руководства. Форма власти и влияние. Управление неформальной организацией. Неформальный лидер и работа с ним. Управление конфликтами и стрессами. | 2 | 3 |
| **Тема 2.5** Деловое общение | **Содержание учебного материала** | 4 | 1,2 |
| 1. Деловое и управленческое общение: понятие, назначение. Роль общения для современного специалиста. |
| 2. Правила ведения деловых бесед, совещаний. Техника ведения телефонных переговоров.  |
| **Дифференцированный зачет** |  | 3 |
| **Всего** | **48** |  |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

# **3. условия реализации программы дисциплины**

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

 Реализация программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета маркетинга, менеджмента, экономики.

**Оборудование и оснащение учебного кабинета:**

* рабочие места по количеству обучающихся;
* оборудованное рабочее место преподавателя;
* комплект учебно-методической документации по программе учебной дисциплины;
* наглядные пособия.

**Технические средства обучения:**

аудиовизуальные, компьютерные (мультимедиа проектор, компьютеры, принтер, сканер) и телекоммуникационные (Интернет-ресурсы) и др.

# **3.2. Информационное обеспечение обучения**

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

**Основные источники:**

1. Драчева Е.Л. “Менеджмент”. учебное пособие для студ. учреждений сред. проф. образования, М.: Издательский центр «Академия»,2016.
2. Котлер Филип. Основы маркетинга. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2015.
3. Кнышова Е.Н. Маркетинг. Учебное пособие - М.: Форум: Инфра- М, 2015.
4. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента. Учебное пособие, изд.-Мн.: Новое знание, 2016.
5. Лукашевич В.В., Астахова Н.И. Менеджмент –М.; ЮНИТИ – ДАНА, 2015.

**Дополнительные источники:**

1. Ресурсы Интернет сайтов: www.Infomanagement.ru, www.Alleng/ru, www. cfin.ru, www. management.aaanet.ru, [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru), [www.4p.ru](http://www.4p.ru),

www. marketing.web-3.ru, www. marketingpro.ru

2. Периодические издания:

журналы: «Торговое оборудование», «Рестораны и гостиницы», «Деловой квартал», «Товарный рынок», «Ресторатор».

# **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, проектов, исследований.

|  |  |
| --- | --- |
| **Результаты обучения****(освоенные умения, усвоенные знания)** | **Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**  |
| **Умения**  |  |
| Рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации. | Демонстрация умений в процессе выполнения практического задания, моделирование практической ситуации, внеаудиторная самостоятельная работа. |
| Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения. |
| Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг. |
| **Знания**  |  |
| Основные положения экономической теории. | Опрос, тестирование, составление схем, экспертная оценка на практическом занятии, демонстрация знаний при решении задач,внеаудиторная самостоятельная работа, дифференцированный зачет. |
| Принципы рыночной экономики. |
| Современное состояние и перспективы развития отрасли. |
| Роль и организация 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.  |