

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
Московский технологический колледж питания
(МТКП)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины: **ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

код, специальность: **19.02.10 «Технология производства общественного питания»**

форма обучения: **очная**

Москва
2018г.

СОГЛАСОВАНО:

Предметной цикловой комиссией
«Технология продукции и
техническая эксплуатация
оборудования в общественном
питании»

Протокол № 01
от «31» августа 2018 года
Председатель предметной цикловой
комиссии



Линькова Н.И.

Подпись

Инициалы Фамилия

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

Заместитель директора по учебной работе



Г.Б.Давыдова

Подпись

УТВЕРЖДЕНА: Директор колледжа



Подпись

/ Е.Н. Махиненко/
Инициалы Фамилия

Разработчик: Летникова Н.Б
ФИО, преподаватель ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
3. УСЛОВИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.07 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 19.02.10 Технология продукции общественного питания.

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

Учебная дисциплина ОП.07 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является общепрофессиональной дисциплиной и относится к профессиональному циклу.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения учебной 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 учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отрасли;
- роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- механизмы формирования заработной платы;
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации

Учебная дисциплина направлена на формирование общих и профессиональных компетенций:

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.

ПК 1.1. Организовывать подготовку мяса и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.2. Организовывать подготовку рыбы и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.3. Организовывать подготовку домашней птицы для приготовления сложной кулинарной продукции.

ПК 2.1. Организовывать и проводить приготовление канапе, легких и сложных холодных закусок.

ПК 2.2. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 2.3. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных соусов.

ПК 3.1. Организовывать и проводить приготовление сложных супов.

ПК 3.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих соусов.

ПК 3.3. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из овощей, грибов и сыра.

ПК 3.4. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 4.1. Организовывать и проводить приготовление сдобных хлебобулочных изделий и праздничного хлеба.

ПК 4.2. Организовывать и проводить приготовление сложных мучных кондитерских изделий и праздничных тортов.

ПК 4.3. Организовывать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий.

ПК 4.4. Организовывать и проводить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении.

ПК 5.1. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов.

ПК 5.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов.

ПК 6.1. Участвовать в планировании основных показателей производства.

ПК 6.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 6.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 6.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 6.5. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальная учебная нагрузка обучающегося	139	часов
включая:		
обязательна аудиторная учебная нагрузка	97	часов
самостоятельная работа	34	часов
консультации	8	часов
ВСЕГО	139	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)	139
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	97
в том числе:	
теоретические занятия	58
практические занятия	39
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	34
в том числе:	
подготовка доклада	3
подготовка презентаций	2
подготовка к занятиям и выполнение домашних заданий	2
подготовка к тестированию	4
Консультации	8
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Раздел 1. Основы экономики		42	
Тема 1.1. Организация как хозяйствующий субъект рыночной экономики	Содержание учебного материала		
	Цели, задачи и предмет учебной дисциплины, ее структура и межпредметные связи. Рынок и рыночный механизм. Отрасль оп	2	2
	Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации оп. Товарные ресурсы.	2	3
	Практические занятия Изучение структуры и содержания бизнес-плана, основ его разработки..	4	3
	Самостоятельная работа обучающихся Отрасль общественного питания: Современное состояние и перспективы развития общественного питания.	4	2
Тема 1.2.Товарные запасы и показатели, эффективность их использования	Практические занятия Расчет и анализ товарных запасов и товарооборачиваемости	4	3
	Самостоятельная работа обучающихся Малый бизнес: понятие, значение, развитие. Роль и организация хозяйствующих объектов в рыночной экономике.	4	2
Тема 1.3. Издержки производства и обращения	Содержание учебного материала		
	Издержки производства и обращения (расходы на продажу): понятие, экономическая сущность, классификация, показатели. Цена: понятие, сущность, ее функции в рыночных условиях.	2	3
	Практические занятия Объем поступлений отдельных видов сырья и товаров Расчет суммы и уровня издержек производства и обращения (расходов на продажу) по статьям и по предприятию в целом.	4	3
	Содержание учебного материала		
Тема 1.4.Ценообразование, себестоимость, валовый доход	Себестоимость продукции и услуг общественного питания: понятие, структура, виды. Основные понятия: труд и трудовые ресурсы.	2	3
	Практические занятия Расчет и анализ себестоимости и валового дохода.	4	3
	Самостоятельная работа обучающихся Показатели, используемые при расчете и анализе себестоимости Основные понятия: труд и трудовые ресурсы. Особенности труда и трудовых ресурсов в отрасли.	4	2
Тема 1.5.Прибыль и рентабельность	Практические занятия Расчет основных видов прибыли Выявление резервов и факторов роста производительности труда.	4	3 3
	Самостоятельная работа обучающихся Налогооблажение прибыли.	2	
Раздел 2. Основы менеджмента		44	
Тема 2.1. Сущность и эволюция менеджмента.	Содержание учебного материала		
	Сущность и эволюция менеджмента. Основные категории менеджмента. Организация. Внутренняя и	2	1

	внешняя среда организации.		
	Самостоятельная работа обучающихся История развития менеджмента. Основные этапы формирования менеджмента. Типы предприятий общественного питания	4	1 2
Тема 2.2. Функции и методы менеджмента	Содержание учебного материала	4	2
	Цикл менеджмента: понятие, содержание. основные функции цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Характеристика функций цикла.		
	Методы управления: сущность, значение, классификация.	2	2
	Практические занятия Решение ситуационных задач по планированию деятельности организации (предприятия) общественного питания. Составление схем организационных структур управления предприятиями оп. Анализ распределения полномочий и ответственности на примере конкретной организации. Методы управления.	6	3
	Самостоятельная работа обучающихся Особенности внешней и внутренней среды организаций (предприятий) общественного питания. Организационные структуры предприятий общепита		2 2
Тема 2.3. Принятие решений	Содержание учебного материала	4	3
	Управленческие решения: понятие, сущность, классификация. типы, условия принятия, требования, предъявляемые к ним, этапы принятия решений		
	Практические занятия Проведение деловой игры «Мозговой штурм»	2	3
Тема 2.4. Коммуникации в организации	Содержание учебного материала	4	2
	Коммуникации: понятие, виды (вербальные и невербальные, внутренние и внешние, горизонтальные и вертикальные). Роль коммуникации в организации.		
	Власть и влияние: понятия. Виды власти и влияние. Деловое и управленческое общение: понятие, назначение	4	2
	Практические занятия Конфликты в организации: понятие, природа, последствия. Функции конфликтов: разрушительные, созидательные, диагностические	2	2
Тема 2.5. Самоменеджмент	Содержание учебного материала	4	2
	Проведение тестирования. SWOT-анализ личности		
	Самостоятельная работа обучающихся Тестирование	2	2
Раздел 3. Основы маркетинга.		45	
Тема 3.1. Сущность и структура маркетинговой деятельности.	Содержание учебного материала	4	2
	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Классический комплекс маркетинга.		
Тема 3.2. Объекты маркетинговой	Содержание учебного материала	4	2
	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Потребности. Виды спроса.		

деятельности	Практические занятия Выявление потребностей организаций общественного питания и индивидуальных запросов их потребителей.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Потребности потребителей предприятий общепита	2	3
Тема 3.3. Конкурентная среда	Содержание учебного материала	4	2
	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность предприятий, продукции и услуг, конкурентные преимущества.		
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ конкурентов предприятия общепита	2	3
Тема 3.4. Средства маркетинга	Содержание учебного материала	4	2
	Классификация средств маркетинга; средства удовлетворения потребностей; средства продвижения товаров.		
	Трехуровневая структура ресторанного продукта. Жизненный цикл товара (ЖЦТ). Ассортиментная политика. Ценообразование. Сбыт. Продвижение.	4	2
Тема 3.5. Маркетинг-микс	Практические занятия Анализ товара. Определение «жизненного цикла» продукции и услуг общественного питания и разработка маркетинговых мероприятий для каждого этапа. Оптимизация меню.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Комплекс маркетинга; 4 Р, 7 Р Услуги разных типов предприятий общепита	4	2 2
	Содержание учебного материала	6	3
Классификация методов маркетинга на группы: изучения рынка, методы ФОССТИС и аналитические. Маркетинговые исследования.			
Тема 3.6 Маркетинговые исследования	Практические занятия Сбор маркетинговой информации о ценах и анализ ценовой политики организации. Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей в продукции и услугах общественного питания. Маркетинговые исследования определенного сегмента рынка услуг общественного питания	5	3 3 3
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ деятельности предприятия. Метод «Тайный гость»	2	3
	Консультации	8	
	Всего	139	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета статистики; лаборатории информационных технологий; библиотеки, читального зала.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству студентов; рабочее место преподавателя.

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением; проектор, экран, мультимедиапроектор.

Методическое обеспечение дисциплины: электронный курс, конспект лекций; электронные образовательные средства (ресурсы интернета); аудиовизуальные (мультимедиапрезентации, образовательные видеофильмы и др.); наглядные пособия (авторский курс лекций, таблицы, плакаты, карточки-задания для контроля знаний студентов и дидактический материал).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

№ п/п	Наименование учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы
1	Основные источники
1.1	Экономика предприятия общественного питания / Фридман А.М. - М.: Дашков и К, 2017. - 464 с.: ISBN 978-5-394-02069-8 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/415286
1.2	Основы экономики: учеб. пособие / З.К. Океанова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 287 с. — (Профессиональное образование). — www.dx.doi.org/10.12737/24634
1.3	Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания: Учебник / Фридман А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 229 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) (ISBN 978-5-369-01516-2 http://znanium.com/catalog/product/516081
II	Дополнительные источники
2.1	Общественное питание: учет и калькулирование себестоимости: Учебное пособие/А.М.Петров, 3-е изд. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 270 с.: ISBN 978-5-905554-87-2 http://znanium.com/catalog/product/939765

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по учебной дисциплине, обеспечивает организацию и проведение промежуточной аттестации и текущего контроля индивидуальных образовательных достижений – демонстрируемых обучающимися знаний, умений и навыков.

Текущий контроль проводится преподавателем Летниковой Н.Б.

Формы и методы промежуточной аттестации и текущего контроля по учебной дисциплине самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Итоговой формой контроля является дифференцированный зачет.

Фонды оценочных средств (ФОС, КОС) разрабатываются образовательным учреждением. Они включают в себя педагогические контрольно-оценочные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки.

Результаты обучения (освоенные умения, знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ориентироваться на рынке маркетинговой информации,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
грамотно организовать сбор и обработку необходимых для исследования данных,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
осуществить анализ рыночных параметров,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
разрабатывать маркетинговые стратегии исходя из результатов ситуационного анализа и целей фирмы,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
особенности и инструменты стратегического и оперативного маркетинга,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
принципы маркетингового ценообразования,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
технологии сбыта товаров,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
методы формирования каналов товародвижения,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение потребителей,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
методологию маркетинговых исследований	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
маркетинговую составляющую всех стадий	Оценка текущего контроля

создания и движения товара от его замысла до реализации спроса на него,	Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу
инструменты товарного маркетинга, ассортиментной и марочной политики,	Оценка текущего контроля Оценка за внеаудиторную самостоятельную работу