

Государственное бюджетное учреждение Калининградской области
профессиональная образовательная организация
«Технологический колледж»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

для специальности
19.02.03 Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий
базовая подготовка

Советск,
2021 год

Согласовано
заведующий учебно-методическим отделом
_____ Н.А. Ивашкина
31.08.2021 года

Рабочая программа по специальности 19.02.03 Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий, базовой подготовки, разработана на основе:

▪ Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 19.02.03 Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 апреля 2014 года № 373, Зарегистрировано в Минюсте России 01 августа 2014 года №33402, укрупненная группа специальностей 19.00.00 Промышленная экология и биотехнологии

Организация-разработчик: государственное бюджетное учреждение Калининградской области профессиональная образовательная организация «Технологический колледж»

Разработчик:

Шевченко М.Н., преподаватель первой квалификационной категории

Рассмотрена на заседании методической кафедры «Общегуманитарных и социально-экономических дисциплин», протокол №1 от 30 августа 2021 года _____

Рекомендована Методическим советом государственного бюджетного учреждения Калининградской области профессиональной образовательной организацией «Технологический колледж», протокол №1 от 31 августа 2021 года

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

1.1. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Учебная дисциплина ОП.09. Основы экономики, менеджмента и маркетинга является обязательной частью профессионального учебного цикла общепрофессиональной дисциплины программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 19.02.03 Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий, базовой подготовки.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код	Уметь	Знать
ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.	- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг	-основные положения экономической теории; -принципы рыночной экономики; -современное состояние и перспективы развития отрасли; -роли 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.
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> <p>профессиональными компетенциями:</p> <p>ПК 1.1. Организовывать и производить приемку сырья.</p> <p>ПК 1.2. Контролировать качество поступившего сырья.</p>		

- 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 исполнителями.
- ПК 5.3. Организовывать работу трудового коллектива.
- ПК 5.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.
- ПК 5.5. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	96
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	64
в том числе:	
теоретическое обучение	26
практические занятия в форме практической подготовки	38
<i>Самостоятельная работа</i>	32
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.09. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Осваиваемые элементы компетенций
1	2	3	4
Раздел 1 Основы экономики		20	
Тема 1.1. Основные положения экономической теории	Содержание учебного материала	4	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9.
	1. Проблема выбора в условиях ограниченности ресурсов. Альтернативная стоимость.		
	2. Понятие производства, обмена, распределения и потребления.		
	3. Свойства товара и функции денег. Закон денежного обращения.		
	4. Модель круговых потоков.		
Тема 1.2. Предприятие как основной хозяйствующий субъект	Содержание учебного материала	4	ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.
	1. Разделение труда и кооперация на предприятии.		
	2. Организационно-правовые формы предприятия. Понятие о производственной и экономической эффективности предприятия.		
	Из них практические занятия в форме практической подготовки	4	
	1. Определить типы хозяйственных товариществ.		
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
	Анализ организационно-правовых форм предприятий общественного питания, их преимуществ и недостатков.		
Тема 1.3. Принципы рыночной экономики	Содержание учебного материала	4	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9.
	1. Понятие рынка. Рынки факторов производства. Специфика рынков товаров и услуг.		
	2. Основные рыночные структуры: монополия, и конкуренция.		
	3. Законы спроса и предложения. Рыночное равновесие и причины его нарушения.		
	4. Цена покупателя и цена продавца – условия формирования		
	Самостоятельная работа обучающихся	4	ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.
	1. Механизм спроса и предложения в условиях совершенной конкуренции.		
	2. Механизм равновесия рынка при монопольных ценах.		
Тема 1.4. Доходы и расходы предприятия	Содержание учебного материала	4	ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.
	1. Понятие дохода и прибыли. Издержки и прибыль.		
	2. Понятие издержек. Виды издержек и их значение для анализа положения предприятия на рынке.		
	3. Понятие о равновесии предприятия и максимизации прибыли.		
	Из них практические занятия в форме практической подготовки	4	
	1. Расчет затрат и прибыли предприятия.		

	Самостоятельная работа обучающихся 1. Производительность – мера измерения эффективности функционирования фирмы.	4	
Тема 1.5. Механизм формирования заработной платы	Содержание учебного материала	4	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.
	1. Экономический смысл заработной платы. 2. Рынок труда и цена труда. 3. Формы оплаты труда.		
	Из них практические занятия в форме практической подготовки 1. Факторы, определяющие дифференциацию в оплате труда.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ применения форм и систем оплаты труда разных категорий персонала предприятий общественного питания.	4	
Раздел 2 Основы менеджмента		24	
Тема 2.1. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	Содержание учебного материала	4	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.
	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 менеджмента Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.	2	
Тема 2.2. Функции менеджмента	Содержание учебного материала	4	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.
	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	
Тема 2.3. Стили управления	Содержание учебного материала	4	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9.
	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	2	

	функций управления. Методы управления.			
Тема 2.4. Коммуникации в управлении	Содержание учебного материала	6	ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.	
	1. Коммуникации: понятие, виды. Процесс коммуникаций. Особенности процесса коммуникаций в предприятиях общественного питания.			
	2. Барьеры в процессе коммуникаций. Рекомендации по совершенствованию процесса коммуникаций.			
	Из них практические занятия в форме практической подготовки	8		
	1. Разбор производственных ситуаций.			
	Самостоятельная работа обучающихся	2		
	Сущность и элементы руководства. Стили руководства. Форма власти и влияние. Управление неформальной организацией. Неформальный лидер и работа с ним. Управление конфликтами и стрессами.			
Тема 2.5 Деловое общение	Содержание учебного материала	6		ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.
	1. Деловое и управленческое общение: понятие, назначение. Роль общения для современного специалиста.			
	2. Правила ведения деловых бесед, совещаний. Техника ведения телефонных переговоров.			
	Из них практические занятия в форме практической подготовки	4		
	1 Отработка навыков делового общения (проведение деловой беседы, телефонных переговоров.			
	2. Использование приемов аттракции в заданных ситуациях, при работе с подчиненными.			
Раздел 3 Основы маркетинга		20		
Тема 3.1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	Содержание учебного материала	4	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.	
	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	2		
	Анализ комплекса маркетинга предприятия общественного питания.			
Тема 3.2. Современное состояние и	Содержание учебного материала	4		
	1. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России и региона.			
	2. Концепции развития рыночных отношений.			

перспективы развития отрасли	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.		
	Из них практические занятия в форме практической подготовки	6	
	1. Анализ сегментов рынка услуг общественного питания. Самостоятельная работа обучающихся Анализ особенностей поведения потребителей услуг общественного питания.	2	
Тема 1.3. Ценообразование на продукцию (услуги)	Содержание учебного материала	6	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1. – ПК 1.4. ПК 2.1. – ПК 2.4. ПК 3.1.– ПК 3.4. ПК 4.1.– ПК 4.3. ПК 5.1. – ПК 5.5.
	1. Цена, ценовая политика. Классификация цен. Формирование цен в предприятиях общественного питания.		
	2. Процесс ценообразования. Стратегии ценообразования.		
	Из них практические занятия в форме практической подготовки Определение цены на продукцию собственного производства в предприятии общественного питания (по заданию преподавателя).	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ особенностей стратегий ценообразования предприятий общественного питания.	2	
Тема 1.4. Адаптация производства и сбыта к рыночной ситуации	Содержание учебного материала	6	
	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.		
	Из них практические занятия в форме практической подготовки Анализ ситуаций на рынке товаров и услуг. Определение жизненного цикла продукции и услуг общественного питания и разработка маркетинговых мероприятий.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка рекламных текстов для предприятия общественного питания.	2	
Всего		96	

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. Образовательная организация предусматривает в целях реализации компетентностного подхода использование в образовательном процессе **активных и интерактивных форм проведения занятий:**

- творческие задания;
- работа в малых группах;
- дискуссия;
- обучающие игры (ролевые игры, имитации, деловые игры и образовательные игры);
- изучение и закрепление нового материала на интерактивной лекции (лекция-беседа, лекция – дискуссия, лекция с разбором конкретных ситуаций, лекция с заранее запланированными ошибками, лекция-пресс-конференция, мини-лекция);
- эвристическая беседа;
- разработка проекта (метод проектов);
- метод кейсов.

в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

3.3. При реализации образовательной программы могут применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии

3.4. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Сетков, В.И. Менеджмент: учебное пособие / Сетков В.И. — Москва: КноРус, 2021.
2. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга +e-Приложение: учебник / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2021.
3. Казначевская Г.Б. Менеджмент: учебник / Г.Б. Казначевская. — М.: КноРус, 2018
4. Грибов, В. Д. Менеджмент: учебное пособие / В.Д. Грибов. — М.: КНОРУС, 2019
5. Персональный менеджмент в рисунках, схемах и определениях: учебное пособие / С.Д. Резник. — Москва: Русайнс, 2018.
6. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва: КноРус, 2018
7. Пястолов С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум: учебно-практическое пособие / С.М. Пястолов. — Москва: КноРус, 2019

Электронные издания:

1. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (действующая редакция, 2016г) <http://www.consultant.ru>
2. [http:// www.Management-Portal.ru](http://www.Management-Portal.ru) – справочная система
3. [http:// www.Economi.gov.ru](http://www.Economi.gov.ru)
4. [http:// www.Minfin.ru](http://www.Minfin.ru) - сайт Министерства финансов РФ
5. <http://www.aup.ru> – административно-управленческий портал
6. Базовая коллекция ЭБС ВООК.ru

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.	Текущий контроль при проведении: -письменного/устного опроса; -тестирования; -оценки результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований) Промежуточная аттестация в форме экзамена
Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения.	
Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.	
Знания	
Основные положения экономической теории.	Текущий контроль при проведении: -письменного опроса; -устного опроса; -тестирования; -оценки результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований) Промежуточная аттестация в форме экзамена
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.	