

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина П.ОП.08 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Семестр: 5

Количество часов: 86

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ):

Дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» относится к дисциплинам базовой (общепрофессиональной) части профессионального цикла основной образовательной программы по программе подготовки специалистов среднего звена 19.02.10 *Технология продукции общественного питания*. Дисциплина позволяет сформировать у обучающихся представления об основах и роли экономики, менеджмента и маркетинга в деятельности коммерческих структур.

Цель и задачи освоения дисциплины:

Целью дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является теоретической и информационной базы в области экономики организации, менеджмента и маркетинга, необходимых в дальнейшем обучении и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование системы базовых понятий по экономике организации, менеджменту и маркетингу;
- создание представления о функционировании и взаимодействии субъектов экономики, экономическом механизме их хозяйствования;
- воспитание социально активной личности выпускника с четким уровнем понимания происходящих экономических процессов в организации.

Содержание дисциплины:

Предмет и метод экономической теории. Рынок как экономическая система. Понятие экономики и экономической теории. Предмет и методы экономической теории. Экономические системы. Сущность спроса и его виды. Предложение товаров и услуг. Взаимодействие спроса и предложения на рынке. Рыночное равновесие. Потребность, полезность, потребительский выбор. Сущность рынка и его механизм. Конкуренция в рыночной системе. Структура и инфраструктура рынков.

Понятие и особенности отрасли. Формы организаций. Сферы и отрасли экономики. Понятие организации как хозяйствующего субъекта. Коммерческие и некоммерческие организации. Функции и признаки организации. Классификация организаций. Внутренняя и внешняя среда организации. Организационно-правовые формы организаций. Организационно-экономические формы организаций. Специфические формы организаций.

Трудовые ресурсы организации. Определение трудовых ресурсов, занятых и безработных. Категории персонала организации. Структура персонала организации. Учет персонала организации. Производительность труда в организации.

Оплата труда в организации. Понятие заработной платы и фонда оплаты труда. Средняя заработная плата. Формы и системы оплаты труда. Повременная форма оплаты труда. Сдельная форма оплаты труда.

Ценообразование в организации. Понятие цены и ценообразования. Состав цен. Классификация цен. Стратегии ценообразования. Методы ценообразования. Себестоимость как элемент цены. Косвенные налоги.

Коммуникативная культура современного специалиста. Коммуникативная культура и коммуникативная профессиональная программа современного специалиста. Общение как коммуникативная деятельность. Структура и средства общения. Стили общения. Механизмы и принципы общения.

Деловая беседа как форма деловой коммуникации. Понятие деловой беседы. Подготовка к деловой беседе. Речевая культура делового разговора. Этапы, принципы и правила проведения деловой беседы. Коммуникативные навыки, используемые в деловой беседе. Особенности ведения деловой дискуссии.

Основные категории и функции управления. Основы менеджмента. Цель и задачи менеджмента. Основные функции управления. Принципы и методы управления.

Особенности управления в области профессиональной деятельности. Разработка управленческих решений. Коммуникации в организационной системе. Стили руководства. Основы кадровой политики на предприятии.

Сущность, цели и функции маркетинга. Сущность маркетинга. Основные понятия. Информационное обеспечение маркетинга. Сегментация и ёмкость рынка. Маркетинговое исследование. Жизненный цикл товара.

Содержание маркетинговой концепции управления. Концепции управления маркетингом. Процесс управления маркетингом. Коммуникации в системе маркетинга. Планирование и контроль в маркетинге.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими основными профессиональными (ПК) компетенциями:

ОК-1- способен понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ОК-2- способность организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; ОК-3 - способен принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность; ОК-4- способен осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; ОК-5- способен использовать информационно-коммуникационные технологии в

профессиональной деятельности; ОК-6- способен работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями; ОК-7 - способен брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий; ОК-8 - способен самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации; ОК-9 - способен ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (*знать* современное состояние и перспективы развития отрасли; *уметь* оценивать рыночную ситуацию; *владеть* навыками самообразования по специальности).

ПК-1.1 - способен организовывать подготовку мяса и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции; ПК-1.2 - способен организовывать подготовку рыбы и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции; ПК-1.3 - способен организовывать подготовку домашней птицы для приготовления сложной кулинарной продукции; ПК-2.1 - способен организовывать и проводить приготовление канапе, легких и сложных холодных закусок; ПК-2.2 - способен организовывать и проводить приготовление сложных холодных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы; ПК-2.3 - способен организовывать и проводить приготовление сложных холодных соусов; ПК-3.1 - способен организовывать и проводить приготовление сложных супов; ПК-3.2 - способен организовывать и проводить приготовление сложных горячих соусов; ПК-3.3 - способен организовывать и проводить приготовление сложных блюд из овощей, грибов и сыра; ПК-3.4 - способен организовывать и проводить приготовление сложных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы; ПК-4.1 - способен 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 - способен организовывать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий; ПК-4.4 - способен организовывать и проводить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении; ПК-5.1 - способен организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов; ПК-5.2 - способен организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов (*знать* роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; *уметь* анализировать и решать возникающие в практической деятельности экономические вопросы на основе полученных знаний; рассчитывать основные экономические показатели деятельности организации; *владеть* навыками типовых методов и способов выполнения профессиональных задач, оценки их эффективности и качества).

ПК-6.1 - способен участвовать в планировании основных показателей производства; ПК-6.2 - способен планировать выполнение работ исполнителями.

ПК-6.3 - способен организовывать работу трудового коллектива; ПК-6.4 - способен контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями; ПК-6.5 - способен вести утвержденную учетно-отчетную документацию (*знать* особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; стили управления, виды коммуникации; принципы делового общения в коллективе; *уметь* применять в хозяйственной деятельности приемы делового и управленческого общения; *владеть* навыками делового общения в коллективе; оценки деятельности организации с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения).

Образовательные технологии:

В преподавании дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга Основы экономики, менеджмента и маркетинга» применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии в зависимости от вида и цели учебного занятия.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях.

Практические занятия ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления аналитической и профессиональной деятельности с применением интерактивных форм обучения (решение кейсов и ситуационных задач, подготовка презентаций и др.).

Составитель: Т.Д. Бахар, ст. преподаватель кафедры экономики