

Дисциплина (Модуль)	ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга
Содержание	Основные положения экономической теории. Основы рыночной экономики. Основы менеджмента. Основы маркетинга
Реализуемые компетенции	ОК 01-07.09.10 ПК 1.1-1.4 ПК 2.1-2.8 ПК 3.1-3.7 ПК 4.1-4.6 ПК 5.1-5.6 ПК 6.1-6.4
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Знать: - понятие, цели и задачи экономики, основные положения экономической теории; – принципы функционирования рыночной экономики, современное состояние и перспективы развития отрасли; – виды экономической деятельности (отрасли народного хозяйства), – сущность предпринимательства, его виды, значение малого бизнеса для экономики страны, меры господдержки малому бизнесу, виды предпринимательских рисков и методы их минимизации; – классификацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике по признакам; – цели и задачи организации ресторанного бизнеса, понятие концепции организации питания; – этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения; – факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT- анализ); – функции и задачи бухгалтерии как структурного подразделения предприятия, организацию учета на предприятии питания, объекты учета, основные принципы, формы ведения бухгалтерского учета, реквизиты первичных документов, их классификацию, требования к оформлению документов, права и обязанности главного бухгалтера организации питания, понятие инвентаризации; – виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией ресторанного бизнеса и методы определения эффективности их использования; – понятие и виды товарных запасов, их роль в общественном питании, понятие товарооборачиваемости, абсолютные и относительные показатели измерения товарных запасов, методику анализа товарных запасов предприятий питания; – понятие продуктового баланса организации питания, методику планирования поступления товарных запасов с помощью показателей продуктового баланса; – источники снабжения сырьём, продуктами и тарой, учет сырья, продуктов и тары в кладовых предприятий общественного питания, документы, используемые в кладовых предприятия; товарную книгу, списание товарных потерь, отчет материально - ответственных лиц, – учет реализации продукции собственного производства и полуфабрикатов; – понятия «производственная мощность» и «производственная

программа предприятия», их содержание, назначение, факторы формирования производственной программы, исходные данные для её экономического обоснования и анализа выполнения, методику расчета пропускной способности зала и коэффициента её использования;

- требования к реализации продукции общественного питания;
- количественный и качественный состав персонала организации;
- показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда;
- формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы;
- состав издержек производства и обращения организаций ресторанного бизнеса;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций ресторанного бизнеса;
- основные показатели деятельности предприятий общественного питания и методы их расчета;
- понятие товарооборота, дохода, прибыли и рентабельности предприятия, факторы, влияющие на них, методику расчета, планирования, анализа;

сущность, виды и функции кредита, принципы кредитования предприятий, виды кредитов, методику расчета процентов за пользование банковским кредитом, уплачиваемых предприятием банку;

- налоговую систему РФ: понятие, основные элементы, виды налогов и отчислений, уплачиваемых организациями ресторанного бизнеса в государственный бюджет и в государственные внебюджетные фонды, методику их расчета;
- понятие бизнес-планирования, виды и разделы бизнес-плана;
- сущность, цели, основные принципы и функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникация и принятие управленческих решений), особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- стили управления;
- способы организации работы коллектива, виды и методы мотивации персонала – правила делового общения в коллективе;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;
- понятие сегментация рынка;
- методы проведения маркетинговых исследований;
- понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга);
- организацию управления маркетинговой деятельностью в организации ресторанного бизнеса.

Уметь:

- участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации ресторанного бизнеса, формировании пакета документов для открытия предприятия;
- рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанного бизнеса и анализировать их динамику;
- анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации; – рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации;
- проводить инвентаризацию на предприятиях питания;
- пользоваться нормативной документацией и оформлять и учетно-отчетную документацию (заполнять договора о материальной

	ответственности, доверенности на получение материальных ценностей, вести товарную книгу кладовщика, списывать товарные потери, заполнять инвентаризационную опись; оформлять поступление и передачу материальных ценностей, составлять калькуляционные карточки на блюда и кондитерские изделия, документацию по контролю наличия запасов на производстве); – оценивать имеющиеся на производстве запасы в соответствии с требуемым количеством и качеством, рассчитывать и анализировать изменение показателей товарных запасов и товарооборачиваемости, использовать программное обеспечение при контроле наличия запасов – анализировать состояние продуктового баланса предприятия питания; – вести учет реализации готовой продукции и полуфабрикатов; – калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией ресторанного бизнеса; – рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией ресторанного бизнеса в бюджет и в государственные внебюджетные фонды, – рассчитывать проценты и платежи за пользование кредитом, уплачиваемые организацией банку; – планировать и контролировать собственную деятельность и деятельность подчиненных; – выбирать методы принятия эффективных управленческих решений; – управлять конфликтами и стрессами в организации; – применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия; – анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг; – составлять бизнес-план для организации ресторанного бизнеса – анализировать возможности организации питания в области выполнения планов по производству и реализации на основании уровня технического оснащения, квалификации поваров и кондитеров; – прогнозировать изменения на рынке ресторанного бизнеса и восприятие потребителями меню; – анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанного бизнеса; – грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке); – проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанного бизнеса.					
Трудоемкость, час.	131					
Объем занятий, часов		Лекций	Практических (семинарских) занятий	Лабораторные работы	Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа
	Всего	74	44	Не предусмотрены	9	4
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	Контрольная работа – 6 семестр Зачет – 7 семестр Экзамен – 6 семестр					