

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухов Тархан Агасанович

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 06.09.2023 16:28:32

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

Т.А.Шебзухова

Рабочая программа учебной дисциплины

ОП.05 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Специальность 43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Форма обучения очная

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.05 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.15 «Поварское и кондитерское дело», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09 декабря 2016 г. № 1565 и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана:

1
Догаета Нина Николаевна, преподаватель колледжа Пятигорского института (филиал) СКФУ

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины

1.1. Область применения программы.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.05 «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.15 «Поварское и кондитерское дело».

1.2. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы: Учебная дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» принадлежит к общепрофессиональному учебному циклу, изучается в 6, 7 и 8 семестрах.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **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.

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.

1.4. Компетенции формируемые в результате освоения дисциплины:

Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.
ОК 02.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие
ОК 04.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 09.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.1.	Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья,

	материалов для приготовления полуфабрикатов в соответствии с инструкциями и регламентами.
ПК 1.2.	Осуществлять обработку, подготовку экзотических и редких видов сырья: овощей, грибов, рыбы, нерыбного водного сырья, дичи.
ПК 1.3.	Проводить приготовление и подготовку к реализации полуфабрикатов для блюд, кулинарных изделий сложного ассортимента.
ПК 1.4.	Осуществлять разработку, адаптацию рецептур полуфабрикатов с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 2.1.	Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления горячих блюд, кулинарных изделий, закусок сложного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами.
ПК 2.2.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации супов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 2.3.	Осуществлять приготовление, непродолжительное хранение горячих соусов сложного ассортимента.
ПК 2.4.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд и гарниров из овощей, круп, бобовых, макаронных изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 2.5.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из яиц, творога, сыра, муки сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 2.6.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из рыбы, нерыбного водного сырья сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 2.7.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих блюд из мяса, домашней птицы, дичи и кролика сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 2.8.	Осуществлять разработку, адаптацию рецептур горячих блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 3.1.	Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных блюд, кулинарных изделий, закусок в соответствии с инструкциями и регламентами.
ПК 3.2.	Осуществлять приготовление, непродолжительное хранение холодных соусов, заправок с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 3.3.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации салатов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 3.4.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации канапе, холодных закусок сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 3.5.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из рыбы, нерыбного водного сырья сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей,

	видов и форм обслуживания.
ПК 3.6.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных блюд из мяса, домашней птицы, дичи сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 3.7.	Осуществлять разработку, адаптацию рецептур холодных блюд, кулинарных изделий, закусок, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 4.1.	Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления холодных и горячих сладких блюд, десертов, напитков в соответствии с инструкциями и регламентами.
ПК 4.2.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 4.3.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих десертов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 4.4.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации холодных напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 4.5.	Осуществлять приготовление, творческое оформление и подготовку к реализации горячих напитков сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 4.6.	Осуществлять разработку, адаптацию рецептур холодных и горячих десертов, напитков, в том числе авторских, брендовых, региональных с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 5.1.	Организовывать подготовку рабочих мест, оборудования, сырья, материалов для приготовления хлебобулочных, мучных кондитерских изделий разнообразного ассортимента в соответствии с инструкциями и регламентами.
ПК 5.2.	Осуществлять приготовление, хранение отделочных полуфабрикатов для хлебобулочных, мучных кондитерских изделий.
ПК 5.3.	Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации хлебобулочных изделий и праздничного хлеба сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 5.4.	Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации мучных кондитерских изделий сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 5.5.	Осуществлять приготовление, творческое оформление, подготовку к реализации пирожных и тортов сложного ассортимента с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 5.6.	Осуществлять разработку, адаптацию рецептур хлебобулочных, мучных кондитерских изделий, в том числе авторских, брендовых, региональных с

	учетом потребностей различных категорий потребителей.
ПК 6.1.	Осуществлять разработку ассортимента кулинарной и кондитерской продукции, различных видов меню с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.
ПК 6.2.	Осуществлять текущее планирование, координацию деятельности подчиненного персонала с учетом взаимодействия с другими подразделениями.
ПК 6.3.	Организовывать ресурсное обеспечение деятельности подчиненного персонала.
ПК 6.4.	Осуществлять организацию и контроль текущей деятельности подчиненного персонала.

1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 131 час, в том числе:

- в форме практической подготовки – 28 часов;
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 118 часов;
- самостоятельной работы обучающегося - 4 часа;
- промежуточной аттестации – 9 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)	131
в т.ч. в форме практической подготовки	28
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	118
в том числе:	
лекции	74
лабораторные работы	-
практические занятия	44
Контрольные работы (не предусмотрены)	-
курсовая работа (проект) (не предусмотрены)	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
в том числе:	
- подготовка реферата	-
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы в 6 семестре, в форме зачета в 7 семестре, в форме экзамена в 8 семестре	9

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Основные положения экономической теории			
Тема 1. Экономика и ее сущность	Содержание учебного материала		2
	Предмет, цели, задачи дисциплины. Понятие экономики. Экономические потребности общества. Свободные и экономические блага общества. Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Ограниченность экономических ресурсов – главная проблема экономики. Границы производственных возможностей.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Предмет, цели, задачи дисциплины. Понятие экономики. Экономические потребности общества. Свободные и экономические блага общества. Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Ограниченность экономических ресурсов – главная проблема экономики. Границы производственных возможностей.	2	
	Контрольные работы (не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Тема 1.2. Производство и экономика. Экономические возможности	Содержание учебного материала		2
	Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Экономический выбор. Метод научной абстракции. Стоимость. Потребительная и меновая стоимость. Альтернативная стоимость. Альтернативные затраты.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал,	2	

	предпринимательство. Экономический выбор. Метод научной абстракции. Стоимость. Потребительная и меновая стоимость. Альтернативная стоимость. Альтернативные затраты.		
	Контрольные работы (не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Тема 1.3. Экономические системы и их типы	Содержание учебного материала		2
	Традиционная экономика. Административно-командная экономика. Рыночная экономика. Смешанная экономика.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Традиционная экономика. Административно-командная экономика. Рыночная экономика. Смешанная экономика.	2	
	Контрольные работы (не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Тема 1.4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция	Содержание учебного материала		2
	Понятие собственности. Собственность как основа социально-экономических отношений. Собственность как экономическая категория в современном понимании. Формы собственности: государственная, муниципальная, частная. Конкуренция. Совершенная конкуренция. Условия совершенной конкуренции. Монополия. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Антимонопольная политика государства.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Понятие собственности. Собственность как основа социально-экономических отношений. Собственность как экономическая категория в современном понимании. Формы собственности: государственная, муниципальная, частная. Конкуренция. Совершенная конкуренция. Условия совершенной конкуренции. Монополия. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Антимонопольная политика государства.	2	
	Контрольные работы(не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		

Раздел 2 Основы рыночной экономики			
Тема 2.1. Рыночный механизм	Содержание учебного материала		2
	Круговорот производства и обмена продукции в экономической системе. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон предложения. Концепция равновесия рынка.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Круговорот производства и обмена продукции в экономической системе. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон предложения. Концепция равновесия рынка.	2	
	Контрольные работы(не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Тема 2.2. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос	Содержание учебного материала		2
	Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон спроса.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон спроса.	2	
	Контрольные работы(не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Тема 2.3. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение	Содержание учебного материала	4	2
	1.Закон предложения. Концепция равновесия рынка. Устойчивость равновесия.	2	
	2. Факторы, влияющие на предложение.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Закон предложения. Концепция равновесия рынка. Устойчивость равновесия. Факторы, влияющие на предложение.	2	
	Контрольные работы(не предусмотрены)		

Тема 2.4 Эластичность спроса и предложения	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)			2
	Содержание учебного материала			
	Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночные структуры.		2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)			
	Практические занятия Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночные структуры.		2	
	Контрольные работы(не предусмотрены)			
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)			
Итого за 6 семестр			34	
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы				
Раздел 3. Основы менеджмента				
Тема 3.1 Понятие и сущность менеджмента. Специфика менеджмента в России	Содержание учебного материала		4	2
	1.	Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности. Основные виды менеджмента. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный, ситуационный.	2	
	2.	Национальные особенности менеджмента (японский, американский, западноевропейский). Управленческие идеи в России. Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)			
	Практические занятия (не предусмотрены)			
	Контрольные работы(не предусмотрены)			
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)			
Тема 3.2. Исторический опыт школ менеджмента	Содержание учебного материала			2
	Предпосылки и этапы развития менеджмента. Значение каждого этапа. Школы управления: классическая и научного управления, их характеристика. Школы управления: административная и неоклассическая, их характеристика. Вклад А. Файоля, Э. Мэйо.		2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)			

Тема 3.3. Функции управления в менеджменте

Практические занятия Предпосылки и этапы развития менеджмента. Значение каждого этапа. Школы управления: классическая и научного управления, их характеристика. Школы управления: административная и неоклассическая, их характеристика. Вклад А. Файоля, Э. Мэйо.	2
Контрольные работы(не предусмотрены)	
Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	
Содержание учебного материала	
Цикл менеджмента: понятие, содержание. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Характеристика функций цикла. Функции управления: общие, специальные, конкретные.	2
Лабораторные работы (не предусмотрены)	
Практические занятия Цикл менеджмента: понятие, содержание. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Характеристика функций цикла. Функции управления: общие, специальные, конкретные.	2
Контрольные работы (не предусмотрены)	
Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	
Содержание учебного материала	4
1. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный, ситуационный. Национальные особенности менеджмента(японский, американский, западноевропейский).	2
2. Управленческие идеи в России. Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.	2
Лабораторные работы (не предусмотрены)	
Практические занятия Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный, ситуационный. Национальные особенности менеджмента	2

Тема 3.4 Сущность и характерные черты современного менеджмента

Тема 3.5 Организация как объект управления.	(японский, американский, западноевропейский). Управленческие идеи в России. Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.		2
	Контрольные работы (не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
	Содержание учебного материала	4	
	1. Система управления: понятие, составляющие элементы. Организация: понятие, признаки, классификация. Формальные и неформальные организации.	2	
	2. Уровни управления в организации. Жизненный цикл организации. Среда организации.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Система управления: понятие, составляющие элементы. Организация: понятие, признаки, классификация. Формальные и неформальные организации. Уровни управления в организации. Жизненный цикл организации. Среда организации.	2	
	Контрольные работы (не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Тема 3.6. Цикл менеджмента	Содержание учебного материала	4	2
	1. Цикл менеджмента: понятие, содержание. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль.	2	
	2. Характеристика функций цикла. Функции управления: общие, специальные, конкретные.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Цикл менеджмента: понятие, содержание. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Характеристика функций цикла. Функции управления: общие, специальные, конкретные.	2	

Тема 3.7. Планирование в системе менеджмента	Контрольные работы (не предусмотрены)		2
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
	Содержание учебного материала	4	
	1. Планирование: понятие, значение, классификация. Роль планирования в организациях гостиничного сервиса.	2	
	2. Формы планирования. Виды планов. Основные стадии планирования.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Планирование: понятие, значение, классификация. Роль планирования в организациях гостиничного сервиса. Формы планирования. Виды планов. Основные стадии планирования.	2	
	Контрольные работы (не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Итого за 7 семестр		36	
Промежуточная аттестация в форме зачета			
Раздел 4. Основы маркетинга			
Тема 4.1. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания	Содержание учебного материала	2	2
	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплин в подготовке специалистов: технологов общественного питания. Состояние и перспективы развития потребительского рынка России, в том числе в сфере услуг общественного питания. Состояние и поддержание конкурентной среды, состояние источников наполнения рынка товарами. Насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами.		
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплин в подготовке специалистов: технологов общественного питания. Состояние и перспективы	2	

**Тема 4.2.
Структура
маркетинговой
деятельности**

развития потребительского рынка России, в том числе в сфере услуг общественного питания. Состояние и поддержание конкурентной среды, состояние источников наполнения рынка товарами. Насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами.		
Контрольные работы (не предусмотрены)		
Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Содержание учебного материала	2	
Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (продвижение товара), стимулирование спроса (промоушен): понятие, назначение. Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов). Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга, их краткая характеристика.		
Лабораторные работы (не предусмотрены)		
Практические занятия Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (продвижение товара), стимулирование спроса (промоушен): понятие, назначение. Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов). Цели и задачи маркетинга. Принципы и функции маркетинга, их краткая характеристика.	2	
Контрольные работы (не предусмотрены)		
Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Содержание учебного материала	4	
1. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, мета, микс, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарный, потребительский и интегрированный.	2	
2. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный, их характерные признаки.	2	

**Тема 4.3 Особенности
комплекса маркетинга
предприятий
общественного
питания**

**Тема 4.4. Цена,
ценовая политика.
Формирование цен в
предприятиях
общественного
питания**

Лабораторные работы (не предусмотрены)	
Практические занятия (не предусмотрены)	
Контрольные работы (не предусмотрены)	
Самостоятельная работа обучающихся	2
Самостоятельное изучение литературы, собеседование	
Содержание учебного материала	4
1. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Влияние затрат на маркетинговые мероприятия, на цены. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды.	2
2. Факторы, влияющие на формирование цен в предприятиях общественного питания. Системы скидок и надбавок в предприятиях общественного питания. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними.	2
Лабораторные работы (не предусмотрены)	
Практические занятия Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Влияние затрат на маркетинговые мероприятия на цены. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен в предприятиях общественного питания. Системы скидок и надбавок в предприятиях общественного питания. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними.	2
Контрольные работы (не предусмотрены)	
Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	
Содержание учебного материала	4
1.Маркетинговое понятие товара (продукции, услуг), как важнейшего средства удовлетворения потребностей. Маркетинговая классификация товаров (продукции, услуг). Рыночный жизненный цикл (РЖЦ) товара, его основные этапы, и характерные признаки.	2
2. Особенности маркетинговых мероприятий на каждом этапе. Типы РЖЦ.	2

**Тема 4.5. Товар как
средство
удовлетворения
потребностей.
Элементы товарной
политики**

Тема 4.6. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания

Специфика РЖЦ продукции и услуг общественного питания. Разработка новых видов продукции и услуг в предприятиях общественного питания: обоснование необходимости уровни и этапы нового товара. Анализ путей поиска рыночной новизны товара, в том числе услуги общественного питания.	
Лабораторные работы (не предусмотрены)	
Практические занятия Маркетинговое понятие товара (продукции, услуг), как важнейшего средства удовлетворения потребностей. Маркетинговая классификация товаров (продукции, услуг). Рыночный жизненный цикл (РЖЦ) товара, его основные этапы, и характерные признаки. Особенности маркетинговых мероприятий на каждом этапе. Типы РЖЦ. Специфика РЖЦ продукции и услуг общественного питания. Разработка новых видов продукции и услуг в предприятиях общественного питания: обоснование необходимости уровни и этапы нового товара. Анализ путей поиска рыночной новизны товара, в том числе услуги общественного питания.	2
Контрольные работы (не предусмотрены)	
Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	
Содержание учебного материала	4
1. Сбыт, реализация, распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности.	2
2. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта. Поставщики товаров и услуг для предприятий общественного питания. Место предприятий общественного питания в каналах распределения.	2
Лабораторные работы (не предусмотрены)	
Практические занятия Сбыт, реализация, распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта. Поставщики товаров и услуг для предприятий общественного питания. Место	2

2

**Тема 4.7.
Маркетинговые
исследования рынка**

предприятий общественного питания в каналах распределения.	
Контрольные работы (не предусмотрены)	
Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)	
Содержание учебного материала	4
1. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований.	2
2. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования; определение объектов; выбор методов исследования; сбор, обработка, анализ информации; оценка результатов; применение полученных результатов для принятия решений.	2
Лабораторные работы (не предусмотрены)	
Практические занятия Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования; определение объектов; выбор методов исследования; сбор, обработка, анализ информации; оценка результатов; применение полученных результатов для принятия решений.	2
Контрольные работы (не предусмотрены)	
Самостоятельная работа обучающихся Самостоятельное изучение литературы, собеседование	2
Содержание учебного материала	4
1. Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства продвижения товаров.	2
2. Средства удовлетворения потребностей: виды, их характеристика. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.	2
Лабораторные работы (не предусмотрены)	
Практические занятия Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства продвижения товаров. Средства удовлетворения потребностей: виды, их характеристика. Услуги и продукция	2

**Тема 4.8. Средства
маркетинга**

2

2

Тема 4.9. Значение рекламной деятельности для предприятий общественного питания	общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.		2
	Контрольные работы (не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
	Содержание учебного материала	4	
	1. Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи, функции и объекты рекламы. Участники рекламной деятельности. История возникновения и совершенствования рекламы. Обязательные требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. ФЗ «О рекламе»: запреты и ограничения.	2	
	2. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Специфика рекламных услуг общественного питания. Краткая характеристика разных видов рекламы, их достоинства и недостатки. Критерии выбора средств рекламы предприятиями общественного питания.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи, функции и объекты рекламы. Участники рекламной деятельности. История возникновения и совершенствования рекламы. Обязательные требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. ФЗ «О рекламе»: запреты и ограничения. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Специфика рекламных услуг общественного питания. Краткая характеристика разных видов рекламы, их достоинства и недостатки. Критерии выбора средств рекламы предприятиями общественного питания.	2	
	Контрольные работы (не предусмотрены)		
	Самостоятельная работа обучающихся (не предусмотрена)		
Итого за 8 семестр		48	
Самостоятельная работа		4	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		9	
Всего:		118	

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 учебной дисциплины

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, оснащенная оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов: кабинет гуманитарных и социально-экономических дисциплин. Комплект учебной мебели, учебная доска.

3.2. Информационное обеспечение обучения.

Перечень учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Тюрина, А. Д. Экономика : учебное пособие для СПО / А. Д. Тюрина, С. А. Шилина. — Саратов : Научная книга, 2019. — 316 с. — ISBN 978-5-9758-1901-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS[сайт].-URL: <http://www.iprbookshop.ru/87084.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Дорофеева, Л. И. Менеджмент : учебное пособие / Л. И. Дорофеева. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 191 с. — ISBN 978-5-9758-1747-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81026.html> (дата обращения: 16.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Жабина С.Б., Бурдюгова О.М., Колесова А.В. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: учебник для студентов СПО/ С.Б. Жабина, О.М. Бурдюгова, А.В.Колесова. 3-е изд. Стер.- М.: Издательский центр «Академия», 2018. – 336 с.

Дополнительные источники:

1. Егорова, М. М. Маркетинг : учебное пособие / М. М. Егорова, Е. Ю. Логинова, И. Г. Швайко. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 159 с. — ISBN 978-5-9758-1744-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81021.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Интернет источники:

- www.amr.ru – ассоциация менеджеров России
- www.top-personal.ru – журнал «Управление персоналом»
- www.ereport.ru – обзорная информация по мировой экономике – www.stplan.ru – экономика и управление
- www.catback.ru – научные статьи и учебные материалы по экономике – www.economicportal.ru – экономический портал
- www.economicus.ru – сайт об экономике

4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий.

Результаты обучения(освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки
– обучающийся должен 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	Текущий контроль при проведении: – письменного/устного опроса; – тестирования; – оценки результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований и т.д.)

— 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;	Промежуточная аттестация в форме контрольной работы и экзамена в виде: -письменных/ устных ответов
--	--

– 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	
обучающийся должен 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	Текущий контроль: - экспертная оценка демонстрируемых умений, выполняемых действий, защите отчетов по практическим занятиям; - оценка заданий для самостоятельной работы, Промежуточная аттестация: - экспертная оценка выполнения практических заданий

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.	
--	--