

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

Федеральное государственное

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 05.09.2023 17:04:40

Уникальный программный ключ: Колледж Пятигорского института (филиала) СКФУ

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 (филиала) СКФУ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Пятигорского института

(филиал) СКФУ

\_\_\_\_\_ Т.А. Шебзухова

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Специальность 43.02.15 Поварское и кондитерское дело

**Форма обучения очная**

**Учебный план 2021 года**

**РАССМОТРЕНО:**

Предметно-цикловой комиссией

Протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_

Председатель ПЦК

\_\_\_\_\_ С.С.Луста

**РАЗРАБОТАНО:**

преподаватель

\_\_\_\_\_ Н.Н. Догаева

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

**СОГЛАСОВАНО:**

Учебно-методической комиссией

Протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_

Председатель УМК института

\_\_\_\_\_ А.Б. Нарыжная

Пятигорск, 2021

**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 (филиала) СКФУ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Пятигорского института  
(филиал) СКФУ

\_\_\_\_\_ Т.А. Шебзухова

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**  
(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Специальность 43.02.15 Поварское и кондитерское дело

**Форма обучения очная**

**Учебный план 2021 года**

**РАССМОТРЕНО:**

Предметно-цикловой комиссией  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_  
Председатель ПЦК  
\_\_\_\_\_ С.С.Луста

**РАЗРАБОТАНО:**

преподаватель  
\_\_\_\_\_ Н.Н. Догаева  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

**СОГЛАСОВАНО:**

Учебно-методической комиссией  
Протокол № \_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_  
Председатель УМК института  
\_\_\_\_\_ А.Б. Нарыжная

## **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

### **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 ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга является общепрофессиональной дисциплиной и относится к общепрофессиональному циклу дисциплин, изучается в 6, 7, 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. Перечень формируемых компетенций**

В результате освоения учебной дисциплины студент должен овладеть:

*Общими компетенциями:*

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.

*Профессиональными компетенциями:*

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.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

131 академических часов, из них:

127 академических часов – аудиторные занятия,

4 академических часов – самостоятельная работа.

9 академических часов – промежуточная аттестация

### 2.1. Учебно-тематический план учебной дисциплины

№ п/п	Наименование разделов, тем учебной дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость в часах				Формы текущего контроля успеваемости (по разделам дисциплины) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Промежуточная аттестация	СРС	
	<b>Раздел 1. Основные положения экономической теории</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>8</b>			
1	Тема 1. Экономика и ее сущность	<b>6</b>	2	2			

2	Тема 2. Производство и экономика. Экономические возможности	6	2	2			
3	Тема 3. Экономические системы и их типы	6	2	2			
4	Тема 4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция	6	2	2			
	<b>Раздел 2. Основы рыночной экономики</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>8</b>			
5	Тема 5. Рыночный механизм.	6	2	2			
6	Тема 6. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос.	6	2	2			
7	Тема 7. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение.	6	4	2			
8	Тема 8. Эластичность спроса и предложения.	6	2	2			
	<b>Итого за 6 семестр:</b>	<b>6</b>	<b>18</b>	<b>16</b>			<b>контрольная работа</b>
	<b>Раздел 3. Основы менеджмента</b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>12</b>			
9	Тема 9. Понятие и сущность менеджмента. Специфика менеджмента в России.	7	2				
10	Тема 10. Исторический опыт школ менеджмента.	7	2	2			
11	Тема 11. Функции управления в менеджменте.	7	4	2			
12	Тема 12. Сущность и характерные черты современного менеджмента	7	4	2			
13	Тема 13. Организация как объект управления.	7	4	2			
14	Тема 14. Цикл менеджмента	7	4	2			
15	Тема 15. Планирование в системе менеджмента	7	4	2			
	<b>Итого за 7 семестр:</b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>12</b>			<b>зачет</b>
	<b>Раздел 4. Основы маркетинга</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>16</b>			<b>собеседование</b>
16	Тема 16. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания.	8	2	2			
17	Тема 17. Структура маркетинговой деятельности.	8	2	2			
18	Тема 18. Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания.	8	4			4	
19	Тема 19. Цена, ценовая политика. Формирование цен в предприятиях общественного питания.	8	4	2			
20	Тема 20. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики.	8	4	2			
21	Тема 21. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания.	8	4	2			
22	Тема 22. Маркетинговые исследования рынка.	8	4	2			
23	Тема 23. Средства маркетинга.	8	4	2			
24	Тема 24. Значение рекламной деятельности для предприятий общественного питания	8	4	2			
	<b>Итого за 8 семестр:</b>		<b>32</b>	<b>16</b>		<b>4</b>	<b>экзамен</b>
	<b>ИТОГО:</b>		<b>74</b>	<b>44</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>контрольная работа, зачет, экзамен</b>

## 2.2. Наименование и краткое содержание лекций

№	Наименование разделов и тем учебной дисциплины, их краткое содержание	Использование активных и интерактивных форм	Часы
<b>6 семестр</b>			
	<b>Раздел 1. Основные положения экономической теории</b>		<b>8</b>
1	<b>Тема 1. Экономика и ее сущность</b> 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.	<i>лекция-беседа</i>	2
2	<b>Тема 2. Производство и экономика. Экономические возможности</b> Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Экономический выбор. Метод научной абстракции. Стоимость. Потребительная и меновая стоимость. Альтернативная стоимость. Альтернативные затраты.	<i>мультимедиа-лекция</i>	2
3	<b>Тема 3. Экономические системы и их типы</b> Традиционная экономика. Административно-командная экономика. Рыночная экономика. Смешанная экономика.		2
4	<b>Тема 4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция</b> 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
	<b>Раздел 2. Основы рыночной экономики</b>		<b>10</b>
5	<b>Тема 5. Рыночный механизм</b> Круговорот производства и обмена продукции в экономической системе. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон предложения. Концепция равновесия рынка.		2
6	<b>Тема 6. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос</b> Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон спроса.	<i>лекция-беседа</i>	2
7	<b>Тема 7. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение</b> 1. Закон предложения. Концепция равновесия рынка. Устойчивость равновесия. 2. Факторы, влияющие на предложение.		2 2
8	<b>Тема 8. Эластичность спроса и предложения</b> 1. Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночные структуры.		2

	<b>Итого за 6 семестр:</b>		<b>34</b>
<b>7 семестр</b>			
	<b>Раздел 3. Основы менеджмента</b>		<b>24</b>
9	<b>Тема 9. Понятие и сущность менеджмента. Специфика менеджмента в России</b> Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности. Основные виды менеджмента. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный, ситуационный. Национальные особенности менеджмента (японский, американский, западноевропейский). Управленческие идеи в России. Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.	<i>лекция с разбором конкретных ситуаций</i>	2
10	<b>Тема 10. Исторический опыт школ менеджмента</b> 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.	<i>лекция-беседа</i>	2
11	<b>Тема 11. Функции управления в менеджменте</b> 1. Цикл менеджмента: понятие, содержание. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла. 2. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Характеристика функций цикла. Функции управления: общие, специальные, конкретные.		2 2
12	<b>Тема 12. Сущность и характерные черты современного менеджмента</b> 1. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный, ситуационный. Национальные особенности менеджмента (японский, американский, западноевропейский). 2. Управленческие идеи в России. Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.		2 2
13	<b>Тема 13. Организация как объект управления.</b> 1. Система управления: понятие, составляющие элементы. Организация: понятие, признаки, классификация. Формальные и неформальные организации. 2. Уровни управления в организации. Жизненный цикл организации. Среда организации.		2 2
14	<b>Тема 14. Цикл менеджмента</b> 1. Цикл менеджмента: понятие, содержание. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. 2. Характеристика функций цикла. Функции управления: общие, специальные, конкретные.		2 2
15	<b>Тема 15. Планирование в системе менеджмента</b> 1. Планирование: понятие, значение, классификация. Роль планирования в организациях гостиничного сервиса. 2. Формы планирования. Виды планов. Основные стадии планирования.		2 2
	<b>Итого за 7 семестр:</b>		<b>24</b>
<b>8 семестр</b>			

	<b>Раздел 4 Основы маркетинга</b>		
16	<p><b>Тема 16. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания</b></p> <p>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.</p>	<i>лекция-беседа</i>	2
17	<p><b>Тема 17. Структура маркетинговой деятельности</b></p> <p>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.</p>		2
18	<p><b>Тема 18. Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания</b></p> <p>1. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, мета, микс, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарный, потребительский и интегрированный.</p> <p>2. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный, их характерные признаки.</p>		2 2
19	<p><b>Тема 19. Цена, ценовая политика. Формирование цен в предприятиях общественного питания</b></p> <p>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.</p> <p>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.</p>		2 2
20	<p><b>Тема 20. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики</b></p> <p>1. 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.</p> <p>2. Особенности маркетинговых мероприятий на каждом этапе. Типы РЖЦ. Специфика РЖЦ продукции и услуг</p>	<i>мультимедиа-лекция</i>	2 2

	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.		
21	<p><b>Тема 21. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания</b></p> <p>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.</p> <p>2. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта. Поставщики товаров и услуг для предприятий общественного питания. Место предприятий общественного питания в каналах распределения.</p>	лекция-беседа	2  2
22	<p><b>Тема 22. Маркетинговые исследования рынка</b></p> <p>1. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований.</p> <p>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.</p>		2  2
23	<p><b>Тема 23. Средства маркетинга</b></p> <p>1. Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства продвижения товаров.</p> <p>2. Средства удовлетворения потребностей: виды, их характеристика. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.</p>		2  2
24	<p><b>Тема 24. Значение рекламной деятельности для предприятий общественного питания</b></p> <p>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.</p> <p>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.</p>	лекция-беседа	2  2
	<b>Итого за 8 семестр</b>		<b>32</b>
	<b>Итого</b>		<b>74</b>

### 2.3. Наименование и краткое содержание лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

## 2.4. Наименование и краткое содержание практических (семинарских) занятий

№	Наименование разделов и тем учебной дисциплины, их краткое содержание	Использование активных и интерактивных форм	Часы
<b>6 семестр</b>			
	<b>Раздел 1 Основные положения экономической теории</b>		<b>8</b>
1	<b>Тема 1. Экономика и ее сущность</b> 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
2	<b>Тема 2. Производство и экономика. Экономические возможности</b> Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Экономический выбор. Метод научной абстракции. Стоимость. Потребительная и меновая стоимость. Альтернативная стоимость. Альтернативные затраты.	<i>Анализ кейс-задач</i>	2
3	<b>Тема 3. Экономические системы и их типы</b> Традиционная экономика. Административно-командная экономика. Рыночная экономика. Смешанная экономика.		2
4	<b>Тема 4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция</b> 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
	<b>Раздел 2 Основы рыночной экономики</b>		<b>8</b>
5	<b>Тема 5. Рыночный механизм</b> Круговорот производства и обмена продукции в экономической системе. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон предложения. Концепция равновесия рынка.		2
6	<b>Тема 6. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос</b> Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса.	<i>Анализ кейс-задач</i>	2
7	<b>Тема 7. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение</b> Закон предложения. Концепция равновесия рынка. Устойчивость равновесия. Факторы, влияющие на предложение.		2
8	<b>Тема 8. Эластичность спроса и предложения</b> Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночные структуры.		2
	<b>Итого за 6 семестр:</b>		<b>16</b>
<b>7 семестр</b>			

	<b>Раздел 3 Основы менеджмента</b>		<b>12</b>
9	<b>Тема 10. Исторический опыт школ менеджмента</b> 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
10	<b>Тема 11. Функции управления в менеджменте</b> 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
11	<b>Тема 12. Сущность и характерные черты современного менеджмента</b> Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный, ситуационный. Национальные особенности менеджмента (японский, американский, западноевропейский). Управленческие идеи в России. Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.		2
12	<b>Тема 13. Организация как объект управления.</b> Система управления: понятие, составляющие элементы. Организация: понятие, признаки, классификация. Формальные и неформальные организации. Уровни управления в организации. Жизненный цикл организации. Среда организации.		2
13	<b>Тема 14. Цикл менеджмента</b> 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
14	<b>Тема 15. Планирование в системе менеджмента</b> Планирование: понятие, значение, классификация. Роль планирования в организациях гостиничного сервиса. Формы планирования. Виды планов. Основные стадии планирования.	<i>Анализ кейс-задач</i>	2
	<b>Итого за 7 семестр:</b>		<b>12</b>
<b>8 семестр</b>			
	<b>Раздел 4 Основы маркетинга</b>		<b>16</b>
15	<b>Тема 16. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания</b> 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.		2

16	<p><b>Тема 17. Структура маркетинговой деятельности</b>  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.</p>	<i>Анализ кейс-задач</i>	2
17	<p><b>Тема 19. Цена, ценовая политика. Формирование цен в предприятиях общественного питания</b>  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.</p>		2
18	<p><b>Тема 20. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики</b>  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.</p>		2
19	<p><b>Тема 21. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания</b>  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 предприятий общественного питания в каналах распределения.</p>		2
20	<p><b>Тема 22. Маркетинговые исследования рынка</b>  Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. мСхема 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.</p>		2

21	<b>Тема 23. Средства маркетинга</b> Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства продвижения товаров. Средства удовлетворения потребностей: виды, их характеристика. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.		2
22	<b>Тема 24. Значение рекламной деятельности для предприятий общественного питания</b> 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
	<b>Итого за 8 семестр</b>		<b>16</b>
	<b>Итого:</b>		<b>44</b>

### 2.5. Виды и содержание самостоятельной работы студента; формы контроля

№	Наименование разделов и тем дисциплины, их краткое содержание; вид самостоятельной работы	Форма контроля	Зачетные единицы (часы)
<b>8 семестр</b>			
	<b>Раздел 4 Основы маркетинга</b>		
	<b>Тема 18. Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания</b> Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение литературы	собеседование	2
	<b>Тема 22. Маркетинговые исследования рынка</b> Вид самостоятельной работы: самостоятельное изучение литературы	собеседование	2
	<b>Итого за 8 семестр</b>		<b>4</b>
	<b>Итого</b>		<b>4</b>

### 3. ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ, ЭКЗАМЕН)

Форма промежуточной аттестации:

6 семестр – контрольная работа

7 семестр – зачет

8 семестр – экзамен

#### Вопросы к экзамену

1. Потребность как экономическая категория, их виды.
2. Ограниченность экономических ресурсов и порождаемые ею проблемы
3. Эффективность экономики как экономическая категория. Критерий Парето-эффективности.

4. Производительные силы общества, показатели их развития. Собственность как основа производственных отношений
5. Конкуренция и монополия: модели современного рынка
6. Товар как экономическая категория. Теория «Предельной полезности»
7. Цена – денежное выражение стоимости товара
8. Деньги и их роль в экономике. Закон денежного обращения. Уравнение И.Фишера
9. Закон спроса и предложения. Детерминанты спроса и предложения
10. Эластичность спроса и предложения. Рыночное равновесие
11. Механики рыночного ценообразования. Теория поведения потребителя
12. Характеристика производственного предприятия как сферы материального производства
13. Понятие и классификация организаций
14. Основной капитал: сущность, состав и классификация основных средств
15. Сущность и функции цены как экономической категории. Виды, состав и структура цен
16. Понятие менеджмента: цели, задачи и цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) - основы управленческой деятельности
17. Основные принципы организации производства. Структура организации и управления
18. Структура организаций, действующих в стабильных и нестабильных внешних условиях
19. Внешняя среда и ее факторы. Внутренняя среда и ее элементы
20. Формирование и развитие трудового коллектива. Психологические характеристики трудового коллектива
21. Научный подход к управлению кадровым потенциалом. Должности и основные виды работ на предприятии
22. Общее понятие о стилях управления. Стили управления и их характеристика
23. Виды конфликтов и конфликтных ситуаций. Стратегия и тактика разрешения конфликта.
24. Симптомы стресса, его причины, факторы и рекомендации по понижению вероятности стресса
25. Мотивы и мотивация. Заработная плата как экономический метод мотивации. Нематериальные стимулы к труду
26. Лидерство, руководство, власть. Полномочия и власть
27. Коммуникации как связующие процесса управления. Психологические закономерности делового общения.
28. Приемы, принципы, этапы и фазы делового общения. Факторы повышения делового общения
29. Основные ключевые понятия маркетинга. Сущность, цели, концепции и принципы маркетинга
30. Субъекты маркетинговой деятельности: юридические и физические лица, службы и отделы маркетинга в организации. Сильные и слабые стороны различных структур маркетинговой службы
31. Сегментирование рынка: назначение и принципы сегментирования. Критерии выбора сегмента. Позиционирование товара
32. Основные задачи маркетинговой информационной деятельности. Типы информации и источники ее получения
33. Сущность маркетинговых исследований и этапы их проведения
34. Формирование стратегии производства и товарной политики. Определение жизненного цикла товаров
35. Цели ценообразования. Характеристика основных методов ценообразования
36. Организация товародвижения и анализ каналов распределения товаров
37. Организация процесса торговой коммуникации. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации
38. Характеристика коммуникационного комплекса: личные продажи, связи с общественностью, стимулирование продаж, реклама
39. Рынок рекламы, состав участников, инфраструктура и специфика функционирования
40. Правовая база рекламной деятельности, планирование и проведение рекламных компаний. Эффективность рекламы различных видов.

## **4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Рекомендуемая литература**

#### **4.1.1. Основная литература:**

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: 16.01.2021). — 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», 2015. – 336 с.

#### **4.1.2. Дополнительная литература:**

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

#### **4.1.3. Методическая литература:**

- Методические указания для практических занятий
- Методические указания для самостоятельных занятий

#### **4.1.4. Интернет-ресурсы:**

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

### **4.2. Программное обеспечение:**

*Специальное программное обеспечение не требуется*

### **4.3. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

#### **Кабинет Социально-экономических дисциплин**

- Комплект учебной мебели (преподавательские стол, стул; столы и стулья для обучающихся);
- учебные наглядные пособия

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, проведения собеседования, а также выполнения контрольной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения	Перечень подтверждаемых компетенций
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>уметь</b>:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации ресторанного бизнеса, формировании пакета документов для открытия предприятия;</li><li>– рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанного бизнеса и анализировать их динамику;</li><li>– анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации;</li><li>– рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации;</li><li>– проводить инвентаризацию на предприятиях питания;</li><li>– 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);</li><li>– 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;</li><li>– анализировать состояние продуктового баланса предприятия питания;</li><li>– вести учет реализации готовой продукции и полуфабрикатов;</li><li>– калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией ресторанного бизнеса;</li><li>– рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией ресторанного бизнеса в бюджет и в государственные</li></ul>	Собеседование, контрольная работа	ОК 01 – ОК 07 ОК 09 – ОК 10 ПК 1.1. – ПК 1.4 ПК 2.1. – ПК 2.8 ПК 3.1. – ПК 3.7 ПК 4.1. – ПК 4.6 ПК 5.1. – ПК 5.6 ПК 6.1. – ПК 6.4

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.

