

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

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

Дата подписания: 23.09.2023 10:05:49

Уникальный программный идентификатор:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

Отделение СПО Школы Кавказского гостеприимства

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

М.В. Мартыненко

« 15 »

сентября

2020 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

4 Специальность СПО 19.02.10 Технология продукции общественного питания

Форма обучения очная

Учебный план 2020 года

РАССМОТРЕНО:

Предметно-цикловой комиссией

Протокол № 4 от « 12 » 03.2020

Председатель ПЦК

С.С. Луца

СОГЛАСОВАНО:

Учебно-методической комиссией

Протокол № 8 от « 15 » 04.2020 г.

Председатель УМК института

А.Б. Нарыжная

РАЗРАБОТАНО:

преподаватель

Н. Н. Догаева

« 12 » марта 2020.

г. Пятигорск, 2020.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске
Отделение СПО Школы Кавказского гостеприимства

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР


М.В. Мартыненко
«15» _____ 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность СПО 19.02.10 Технология продукции общественного
питания

Форма обучения очная

Учебный план 2020 года

РАССМОТРЕНО:

Предметно-цикловой комиссией

Протокол № 2 от «14» 05.2020

Председатель ПЦК

 С.С. Луга

РАЗРАБОТАНО:

преподаватель

 Н.Н. Догеева
«14» марта 2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Учебно-методической комиссией

Протокол № 1 от «15» 04.2020

Председатель УМК института

 А.Б. Нарыжная

г. Пятигорск, 2020 г.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга является частью основной профессиональной образовательной программы базовой подготовки в соответствии с ФГОС СПО по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга является общепрофессиональной дисциплиной и относится к профессиональному циклу дисциплин, изучается в 7-8 семестрах.

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

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития отрасли;
- роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- механизмы формирования заработной платы;
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий цикл;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

1.4. Перечень формируемых компетенций

В результате освоения учебной дисциплины студент должен овладевать:

Общими компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Профессиональными компетенциями:

ПК 1.1. Организовывать подготовку мяса и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.2. Организовывать подготовку рыбы и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.3. Организовывать подготовку домашней птицы для приготовления сложной кулинарной продукции.

ПК 2.1. Организовывать и проводить приготовление канапе, легких и сложных холодных закусок.

ПК 2.2. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 2.3. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных соусов.

ПК 3.1. Организовывать и проводить приготовление сложных супов.

ПК 3.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих соусов.

ПК 3.3. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из овощей, грибов и сыра.

ПК 3.4. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 4.1. Организовывать и проводить приготовление сдобных хлебобулочных изделий и праздничного хлеба.

ПК 4.2. Организовывать и проводить приготовление сложных мучных кондитерских изделий и праздничных тортов.

ПК 4.3. Организовывать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий.

ПК 4.4. Организовывать и проводить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении.

ПК 5.1. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов.

ПК 5.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов.

ПК 6.1. Участвовать в планировании основных показателей производства.

ПК 6.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 6.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 6.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 6.5. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет:

113 академических часов, из них:

72 академических часов – аудиторные занятия,

41 академических часов – самостоятельная работа,

8 академических часов - курсовой проект.

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	Курсовая проект	СРС	
	Раздел 1 Основные положения экономической теории	7	10	4	-	16	собеседование
1	Тема 1. Экономика и ее сущность	7	2			4	
2	Тема 2. Производство и экономика. Экономические возможности	7	2	2		4	
3	Тема 3. Экономические системы и их типы	7	2	2		4	
4	Тема 4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция	7	4			4	
	Раздел 2 Основы рыночной экономики	7	14	8		8	собеседование
5	Тема 5. Рыночный механизм.	7	2	2		2	
6	Тема 6. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос.	7	4	2		2	
7	Тема 7. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение.	7	4	2		2	
8	Тема 8. Эластичность спроса и предложения.	7	4	2		2	
	Итого за 7 семестр:	7	24	12		24	зачет
	Раздел 3 Основы менеджмента	8	6	4	-	8	собеседование
9	Тема 9. Понятие и сущность менеджмента. Специфика менеджмента в России.	8	2	2		2	
10	Тема 10. Исторический опыт школ менеджмента.	8	2			2	
11	Тема 11. Функции управления в менеджменте.	8	2	2		4	
	Раздел 4 Основы маркетинга	8	12	6	-	9	собеседование
12	Тема 12. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания.	8	2	2		2	
13	Тема 13. Структура маркетинговой деятельности.	8					
14	Тема 14. Особенности комплекса маркетинга	8	2	2			

	предприятий общественного питания.						
15	Тема 15. Цена, ценовая политика. Формирование цен в предприятиях общественного питания.	8	2				
16	Тема 16. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики.	8				2	
17	Тема 17. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания.	8	2				
18	Тема 18. Маркетинговые исследования рынка.	8				2	
19	Тема 19. Средства маркетинга.	8	2				
20	Тема 20. Значение рекламной деятельности для предприятий общественного питания	8	2	2			
	Курсовой проект				8	3	
	Итого за 8 семестр:	8	18	10	-	17	экзамен
	ИТОГО:	8	42	22	8	41	

2.2. Наименование и краткое содержание лекций

№	Наименование разделов и тем учебной дисциплины, их краткое содержание	Использование активных и интерактивных форм	Часы
	7 семестр		
	Раздел 1 Основные положения экономической теории		10
1	Тема 1. Экономика и ее сущность 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	Тема 2. Производство и экономика. Экономические возможности Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Экономический выбор. Метод научной абстракции. Стоимость. Потребительная и меновая стоимость. Альтернативная стоимость. Альтернативные затраты.		2
3	Тема 3. Экономические системы и их типы Традиционная экономика. Административно-командная экономика. Рыночная экономика. Смешанная экономика.		2
4	Тема 4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция 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.		4

	Антимонопольная политика государства.		
	Раздел 2 Основы рыночной экономики		14
5	Тема 5. Рыночный механизм Круговорот производства и обмена продукции в экономической системе. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон предложения. Концепция равновесия рынка.		2
6	Тема 6. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос Круговорот производства и обмена продукции в экономической системе. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса.	<i>лекция-беседа</i>	4
7	Тема 7. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение Закон предложения. Концепция равновесия рынка. Устойчивость равновесия. Факторы, влияющие на предложение.		4
8	Тема 8. Эластичность спроса и предложения Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночные структуры.		4
	Итого за 7 семестр		24
	8 семестр		
	Раздел 3 Основы менеджмента		6
9	Тема 9. Понятие и сущность менеджмента. Специфика менеджмента в России 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	Тема 10. Исторический опыт школ менеджмента 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	Тема 11. Функции управления в менеджменте 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
	Раздел 4 Основы маркетинга		12
12	Тема 12. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими	<i>лекция-беседа</i>	2

	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.		
13	Тема 13. Структура маркетинговой деятельности 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.		
14	Тема 14. Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, мета, микс, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарный, потребительский и интегрированный. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный, их характерные признаки.		2
15	Тема 15. Цена, ценовая политика. Формирование цен в предприятиях общественного питания 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
16	Тема 16. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики 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.		

17	Тема 17. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания 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.	лекция-беседа	2
18	Тема 18. Маркетинговые исследования рынка 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.		
19	Тема 19. Средства маркетинга 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
20	Тема 20. Значение рекламной деятельности для предприятий общественного питания 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.	лекция-беседа	2
	Итого за 8 семестр		18
	Итого за год		42

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
	7 семестр		

	Раздел 1 Основные положения экономической теории		
1	Тема 2. Производство и экономика. Экономические возможности Решение задач на альтернативный выбор. Кривая производственных возможностей.		2
2	Тема 3. Экономические системы и их типы Ответы на вопросы к семинарскому занятию.		2
	Раздел 2 Основы рыночной экономики		
3	Тема 5. Рыночный механизм Обсуждение письменных рефератов.		2
4	Тема 6. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Решение задач по теме.		2
5	Тема 7. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Решение задач по теме.		2
6	Тема 8. Эластичность спроса и предложения Ответы на вопросы к семинарскому занятию.		2
	Итого за 7 семестр		12
	8 семестр		
	Раздел 3 Основы менеджмента		
7	Тема 9. Понятие и сущность менеджмента. Специфика менеджмента в России Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Обсуждение письменных рефератов.		2
8	Тема 10. Исторический опыт школ менеджмента Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Обсуждение письменных рефератов.		
9	Тема 11. Функции управления в менеджменте Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Обсуждение письменных рефератов.		2
	Раздел 4 Основы маркетинга		
10	Тема 12. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания Ответы на вопросы к семинарскому занятию.		2
11	Тема 13. Структура маркетинговой деятельности Ответы на вопросы к семинарскому занятию.		
12	Тема 14. Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Обсуждение письменных рефератов.		2
13	Тема 15. Цена, ценовая политика. Формирование цен в предприятиях общественного питания Ответы на вопросы к семинарскому занятию.		
14	Тема 16. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики Ответы на вопросы к семинарскому занятию.		
15	Тема 17. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания Ответы на вопросы к семинарскому занятию.		

	Обсуждение письменных рефератов.		
16	Тема 18. Маркетинговые исследования рынка Ответы на вопросы к семинарскому занятию.		
17	Тема 19. Средства маркетинга Ответы на вопросы к семинарскому занятию.		
18	Тема 20. Значение рекламной деятельности для предприятий общественного питания Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Обсуждение письменных рефератов.		2
	Итого за 8 семестр		10
	ИТОГО:		22

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)
	7 семестр		
	Раздел 1 Основные положения экономической теории		16
1	Тема 1. Экономика и ее сущность Вид самостоятельной работы: Самостоятельное изучение литературы	<i>собеседование</i>	4
2	Тема 2. Производство и экономика. Экономические возможности Вид самостоятельной работы: Подготовка к практическим занятиям; самостоятельное изучение темы	<i>собеседование</i>	4
3	Тема 3. Экономические системы и их типы Вид самостоятельной работы: Подготовка к практическим занятиям; самостоятельное изучение темы	<i>собеседование</i>	4
4	Тема 4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция Вид самостоятельной работы: Подготовка к практическим занятиям; самостоятельное изучение темы	<i>собеседование</i>	4
	Раздел 2 Основы рыночной экономики		8
	Тема 5. Рыночный механизм Обсуждение письменных рефератов.	<i>собеседование</i>	2
	Тема 6. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Решение задач по теме.	<i>собеседование</i>	2
	Тема 7. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение Ответы на вопросы к семинарскому занятию. Решение задач по теме.	<i>собеседование</i>	2
	Тема 8. Эластичность спроса и предложения Ответы на вопросы к семинарскому занятию.	<i>собеседование</i>	2
	Итого за 7 семестр		24
	8 семестр		

	Раздел 3 Основы менеджмента		8
6	Тема 9. Понятие и сущность менеджмента. Специфика менеджмента в России Вид самостоятельной работы: Самостоятельное изучение литературы	<i>собеседование</i>	2
7	Тема 10. Исторический опыт школ менеджмента Вид самостоятельной работы: Подготовка к практическим занятиям; самостоятельное изучение темы	<i>собеседование</i>	2
8	Тема 11. Функции управления в менеджменте Вид самостоятельной работы: Подготовка к практическим занятиям; самостоятельное изучение темы	<i>собеседование</i>	4
	Раздел 4 Основы маркетинга		9
9	Тема 12. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания Вид самостоятельной работы: Самостоятельное изучение литературы	<i>собеседование</i>	2
10	Тема 16. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики Вид самостоятельной работы: Подготовка к практическим занятиям; самостоятельное изучение темы	<i>собеседование</i>	2
11	Тема 18. Маркетинговые исследования рынка Вид самостоятельной работы: Самостоятельное изучение литературы	<i>собеседование</i>	2
	Подготовка курсового проекта		3
	Итого за 8 семестр:		17
	ИТОГО за год:		41

3. ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ, ЭКЗАМЕН)

Форма промежуточной аттестации по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»:

- 1) зачет – 7 семестр
- 2) экзамен – 8 семестр, курсовой проект

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Рекомендуемая литература

4.1.1. Основная литература:

1. Мумладзе Р.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Р.Г. Мумладзе, В.С. Парамонов, Н.И. Литвина— Электрон. текстовые данные.— М.: Русайнс, 2016.— 350 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61635.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Якушкин Е.А. Основы экономики [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Якушкин, Т.В. Якушкина. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Республиканский институт

профессионального образования (РИПО), 2016. — 248 с. — 978-985-503-576-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67705.html>

3. Мазанкова, Т.В. Ресторанный рынок на современном этапе и проблемы его развития : сборник статей / Т.В. Мазанкова, Т.А. Ильина, Е.К. Соколова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 115 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3959-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362888> (19.10.2015).ЭБС

4.1.2. Дополнительная литература:

1. Конституция Российской Федерации [Текст] : официальное издание. - Ростов н/Д : Феникс, 2015

2. Гражданский кодекс Российской Федерации : по сост. на 23 мая 2014 г., ч. 1, 2, 3 и 4. - М. : Омега-Л, 2014. - 592 с. - (Кодексы Российской Федерации). - ISBN 978-5-370-03431-2

3. Трудовой Кодекс Российской Федерации : текст Кодекса привод. по сост. на 17 апр. 2015 г. - М. : Омега-Л, 2015. - 219 с. - (Кодексы Российской Федерации). - ISBN 978-5-370-03672-9

4.1.3. Методическая литература:

- Методические указания для практических занятий
- Методические указания для самостоятельных занятий
- Методические указания к выполнению курсового проекта

4.1.4. Интернет-ресурсы:

- 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

4.2. Программное обеспечение:

Специальное программное обеспечение не требуется

4.3. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Кабинет экономики и менеджмента(7В корпус каб.14)

- Парты, стулья, доска, 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 обучающимися курсового проекта.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения	Перечень подтверждаемых компетенций
Уметь: рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг. Знать: основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; современное состояние и перспективы развития отрасли; роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; механизмы ценообразования на продукцию (услуги); механизмы формирования заработной платы; формы оплаты труда; стили управления, виды коммуникации; принципы делового общения в коллективе; управленческий цикл; особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.	собеседование, курсовой проект	ОК 1 - 9 ПК 1.1 - 1.3, 2.1 - 2.3, 3.1 - 3.4, 4.1 - 4.4, 5.1 - 5.2, 6.1 - 6.5