Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Т.А. Шебзухова
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
федерального университета
Дата подписания: 27.05.2025 17:42:44
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

индекс и наименование учебной дисциплины, согласно учебного плана

Специальность 43.02.15 Поварское и кондитерское дело
код наименование специальности

Форма обучения очная
очная, заочная, очно-заочная

Пятигорск, 2025

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана:

Догаева Нина Николаевна, преподаватель колледжа Пятигорского института (филиал) СКФУ

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

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы экономики, менеджмента и маркетинга

(наименование дисциплины)

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.15 «Поварское и кондитерское дело».

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01- 07, ОК 09, ПК 1.1- 1.4, ПК 2.1- 2.8., ПК 3.1-3.7, ПК 4.1-4.6, ПК 5.1-5.6, ПК 6.1-6.4

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	–классификацию, основные технические характеристики, назначение, принципы действия, особенности устройства, правила безопасной эксплуатации различных групп технологического оборудования;
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	–принципы организации обработки сырья, приготовления полуфабрикатов, готовой кулинарной и кондитерской продукции, подготовки ее к реализации;
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие	–прогрессивные способы организации процессов приготовления пищи с использованием современных видов технологического оборудования;
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	–правила выбора технологического оборудования, инвентаря, инструментов, посуды для различных процессов приготовления и отпуска кулинарной и кондитерской продукции;
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	–методики расчета производительности
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.	
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	
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.	технологического оборудования; –способы организации рабочих мест повара, кондитера, пекаря в соответствии с видами изготавливаемой кулинарной, хлебобулочной и кондитерской продукции; –правила электробезопасности, пожарной безопасности; –правила охраны труда в организациях питания.
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

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	131
в т.ч. в форме практической подготовки	28
в т.ч.:	118
практические занятия	44
Самостоятельная работа	4
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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций
1	2	3	4
6 семестр		34/10	
Раздел 1. Основные положения экономической теории		16/5	
Тема 1. Экономика и ее сущность	Содержание учебного материала	4	<i>OK 1-OK5, OK7, OK9, OK10,OK11</i>
	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	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 1. 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	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 1.2. Производство и экономика. Экономические возможности	Содержание учебного материала	4	<i>OK 1-OK5, OK7, OK9, OK10,OK11</i>
	Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Экономический выбор. Метод научной абстракции. Стоимость. Потребительная и меновая стоимость. Альтернативная стоимость. Альтернативные затраты.	2	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	

	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 2. Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Экономический выбор. Метод научной абстракции. Стоимость. Потребительная и меновая стоимость. Альтернативная стоимость. Альтернативные затраты.	2	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 1.3. Экономические системы и их типы	Содержание учебного материала	4	<i>ПК 1.1-1.4 ПК 2.1-2.8 ПК 3.1-3.7 ПК 4.1-4.6 ПК 5.1-5.6 ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	Традиционная экономика. Административно-командная экономика. Рыночная экономика. Смешанная экономика.	2	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 3. Традиционная экономика. Административно-командная экономика. Рыночная экономика. Смешанная экономика.	2	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 1.4. Собственность, как основа производственных отношений. Конкуренция	Содержание учебного материала	4	<i>ПК 1.1-1.4 ПК 2.1-2.8 ПК 3.1-3.7 ПК 4.1-4.6 ПК 5.1-5.6 ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	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	
	в том числе:		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	

	Практическое занятие № 4. 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	-	
	Самостоятельная работа	-	
Раздел 2 Основы рыночной экономики		18/5	
Тема 2.1. Рыночный механизм	Содержание учебного материала	4	<i>ПК 6.1-6.5 OK 1-OK5, OK7, OK9, OK10,OK11</i>
	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	2	
	Практическое занятие № 5. 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	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 2.2. Закон спроса. Кривая спроса. Факторы, влияющие на спрос	Содержание учебного материала	4	<i>ПК 6.1-6.5 OK 1-OK5, OK7, OK9, OK10,OK11</i>
	Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон спроса.	2	
	в том числе:		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 6. Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон спроса.	2	
	Контрольные работы	-	
Самостоятельная работа	-		

Тема 2.3. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на предложение	Содержание учебного материала	6	
	1.Закон предложения. Концепция равновесия рынка. Устойчивость равновесия.	2	
	2. Факторы, влияющие на предложение.	2	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 7. Закон предложения. Концепция равновесия рынка. Устойчивость равновесия. Факторы, влияющие на предложение.	2	
	Контрольные работы	-	
Самостоятельная работа	-		
Тема 2.4 Эластичность спроса и предложения	Содержание учебного материала	4	<i>ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночные структуры.	2	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 8. Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность предложения. Рыночные структуры.	-	
	Контрольные работы	-	
Самостоятельная работа	-		
Итого за 6 семестр		34	
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы		-	
7 семестр		36/8	
Раздел 3. Основы менеджмента		36/8	
Тема 3.1 Понятие и сущность менеджмента. Специфика	Содержание учебного материала	4	<i>ПК 1.1-1.4 ПК 2.1-2.8 ПК 3.1-3.7 ПК 4.1-4.6</i>
	1. Менеджмент как особый вид профессиональной деятельности. Основные виды менеджмента. Современные подходы в менеджменте: количественный, процессный, системный, ситуационный.	2	

менеджмента в России	2. Национальные особенности менеджмента (японский, американский, западноевропейский). Управленческие идеи в России. Использование мирового опыта менеджмента в условиях России.	2	<i>ПК 5.1-5.6 ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 3.2. Исторический опыт школ менеджмента	Содержание учебного материала	4	
	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	<i>ПК 1.1-1.4 ПК 2.1-2.8 ПК 3.1-3.7 ПК 4.1-4.6 ПК 5.1-5.6 ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое задание № 9. 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	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 3.3. Функции управления в менеджменте	Содержание учебного материала	6	
	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	
	в том числе:		
	Лабораторные работы		

	Практические занятия	2	OK10,OK11
	Практическое занятие № 10. 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	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 3.4 Сущность и характерные черты современного менеджмента	Содержание учебного материала	6	ПК 6.1-6.5 OK 1-OK5, OK7, OK9, OK10,OK11
	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	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое задание № 11. 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	
	Контрольные работы	-	
Самостоятельная работа	-		
Тема 3.5 Организация как объект управления.	Содержание учебного материала	6	ПК 6.1-6.5 OK 1-OK5, OK7, OK9, OK10,OK11
	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	
	в том числе:		

	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	
	Практическое задание № 12. 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	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 3.6. Мотивационная политика организации	Содержание учебного материала	4	<i>ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	Мотивация: понятие, назначение. Критерии мотивации (потребности, стимулы, вознаграждение) труда персонала в организациях. Содержательные теории мотивации. Потребности и мотивационное поведение. Процессуальные теории мотивации, их характеристика. Мотивация персонала в профессиональной деятельности. Индивидуальная и групповая мотивация. Правила работы с группой.	2	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое задание № 13. Мотивация: понятие, назначение. Критерии мотивации (потребности, стимулы, вознаграждение) труда персонала в организациях. Содержательные теории мотивации. Потребности и мотивационное поведение. Процессуальные теории мотивации, их характеристика. Мотивация персонала в профессиональной деятельности. Индивидуальная и групповая мотивация. Правила работы с группой.	2	
	Контрольные работы	-	
Самостоятельная работа	-		
Тема 3.7. Планирование в системе менеджмента	Содержание учебного материала	6	<i>ПК 1.1-1.4 ПК 2.1-2.8 ПК 3.1-3.7 ПК 4.1-4.6</i>
	1. Планирование: понятие, значение, классификация. Роль планирования в организациях гостиничного сервиса.	2	
	2. Формы планирования. Виды планов. Основные стадии планирования.	2	
	в том числе:		

	Лабораторные работы	-	<i>ПК 5.1-5.6 ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 14. Планирование: понятие, значение, классификация. Роль планирования в организациях гостиничного сервиса. Формы планирования. Виды планов. Основные стадии планирования.	2	
	Контрольные работы (не предусмотрены)	-	
	Самостоятельная работа	-	
Итого за 7 семестр		36	
Промежуточная аттестация в форме зачета			
8 семестр		61/10	
Раздел 4. Основы маркетинга			
Тема 4.1. Маркетинг и его роль в развитии общественного питания	Содержание учебного материала	4	<i>ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	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	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 15. 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	

Тема 4.2. Структура маркетинговой деятельности	Контрольные работы	-		
	Самостоятельная работа	-		
	Содержание учебного материала	4	<i>ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>	
	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		
	в том числе:			
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	2		
	Практическое занятие № 16. 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	-		
	Самостоятельная работа	-		
Тема 4.3 Особенности комплекса маркетинга предприятий общественного питания	Содержание учебного материала	6		
	1. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро, макро, мета, микс, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарный, потребительский и интегрированный.	2		<i>ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	2. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный, их характерные признаки.	2		

	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа	2	
	Самостоятельное изучение литературы, собеседование		
Тема 4.4. Цена, ценовая политика. Формирование цен в предприятиях общественного питания	Содержание учебного материала	6	<i>ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	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	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 17. 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	-	
	Самостоятельная работа	-	
	Содержание учебного материала	6	<i>ПК 6.1-6.5</i>

Тема 4.5. Товар как средство удовлетворения потребностей. Элементы товарной политики	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	<i>OK 1-OK5, OK7, OK9, OK10,OK11</i>
	2. 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	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 18. 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	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 4.6. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания	Содержание учебного материала	6	<i>ПК 6.1-6.5 OK 1-OK5, OK7, OK9, OK10,OK11</i>
	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	
	в том числе:		

	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 19. 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.	2	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 4.7. Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала	8	<i>ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5, ОК7, ОК9, ОК10,ОК11</i>
	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	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 20. 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		
	Самостоятельная работа обучающихся Самостоятельное изучение литературы, собеседование	2	
Тема 4.8. Средства маркетинга	Содержание учебного материала	6	<i>2 ПК 6.1-6.5 ОК 1-ОК5,</i>
	1. Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения	2	

	потребностей, средства продвижения товаров.		<i>OK7, OK9, OK10,OK11</i>
	2. Средства удовлетворения потребностей: виды, их характеристика. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.	2	
	в том числе:		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 21. 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	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 4.9. Значение рекламной деятельности для предприятий общественного питания	Содержание учебного материала	6	<i>ПК 6.1-6.5 OK 1-OK5, OK7, OK9, OK10,OK11</i>
	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	
	в том числе:		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	

Практическое занятие № 22. 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		
Самостоятельная работа		
Промежуточная аттестация в форме экзамена	9	
Всего:	131	

В таблице пункта 2.2 в графе 3 указывается общее количество часов на изучение раздела дисциплины, а через дробь указывается количество часов, отводимое на изучение раздела дисциплины в форме практической подготовки.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет гуманитарных и социально-экономических дисциплин. Комплект учебной мебели, учебная доска.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные издания

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

3.2.2. Основные электронные издания

1. 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

2. 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.

3.2.3. 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знания: -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;	Соответствие результатов выполнения практическим работ примерам.	Текущий контроль при проведении: -письменного/устного опроса; -тестирования; -оценка результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований и т.д.) Промежуточная аттестация в форме зачета, экзамена в виде:

<p>-цели и задачи организации ресторанного бизнеса, понятие концепции организации питания;</p> <p>-этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения;</p> <p>-факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT- анализ);</p> <p>-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;</p> <p>-виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией ресторанного бизнеса и методы определения эффективности их использования;</p> <p>-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;</p> <p>-понятие продуктового баланса организации питания, методику планирования поступления товарных запасов с помощью показателей продуктового баланса;</p> <p>-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,</p> <p>-учет реализации продукции собственного производства и полуфабрикатов;</p> <p>-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;</p> <p>-требования к реализации продукции общественного питания;</p> <p>-количественный и качественный состав персонала организации;</p> <p>-показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие</p>		<p>-письменных/ устных ответов,</p> <p>-тестирования</p>
---	--	--

<p>нормирования труда;</p> <ul style="list-style-type: none"> -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); <p>организацию управления маркетинговой деятельностью в организации ресторанного бизнеса.</p>		
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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 		<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экспертная оценка демонстрируемых умений, выполняемых действий при решении проблемных ситуаций, выполнении заданий для самостоятельной работы, учебных исследований, проектов; - оценка заданий для

<p>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 товарооборотчиваемости, 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</p>		<p>самостоятельной работы, Промежуточная аттестация: - экспертная оценка выполнения практических заданий на зачете, экзамене</p>
--	--	---

<p>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</p>		
--	--	--