

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### ОП 07. «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

*название учебной дисциплины*

#### 1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина входит в состав дисциплин общепрофессионального цикла.

#### 2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

| Код ПК, ОК,  | Умения   | Знания  |
|--|--|---|
| ОК 1 - 9<br>ПК 1.1 -1.3<br>2.1 - 2.3,<br>3.1 - 3.4,<br>4.1 - 4.4,<br>5.1 - 5.2,<br>6.1 - 6.5 | <ul style="list-style-type: none"><li>- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;</li><li>- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;</li><li>- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- основные положения экономической теории;</li><li>- принципы рыночной экономики;</li><li>- современное состояние и перспективы развития отрасли;</li><li>- роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</li><li>- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);</li><li>- механизмы формирования заработной платы;</li><li>- формы оплаты труда;</li><li>- стили управления, виды коммуникации;</li><li>- принципы делового общения в коллективе;</li><li>- управленческий цикл;</li><li>- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;</li><li>- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;</li><li>- формы адаптации производства и сбыта в рыночной ситуации.</li></ul> |

#### 3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем 80 часов.

максимальная учебная нагрузка обучающегося **120** часов, в том числе:

обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося **80** часов;  
самостоятельная работа обучающегося **40** часа.

#### 4. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной деятельности                                    | Объем часов |
|---|-------------|
| Объем образовательной программы                             | 120         |
| Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем | 80          |
| в том числе:  |             |
| - практические занятия(если предусмотрено)                  | 17          |
| - курсовая работа (проект) (если предусмотрено)             | 20          |
| - самостоятельная работа                                    | 40          |
| Итоговая аттестация в форме экзамена                        |             |

#### 5. Содержание дисциплины

##### Раздел 1. Основы экономики

Тема 1.1. Экономика как система общественного производства

Тема 1.2. Виды и характерные особенности экономических систем

Тема 1.3. Собственность как основа экономической системы

Тема 1.4. Конкуренция и модели рынков

Тема 1.5. Спрос, предложение, цена, их сущность и взаимосвязь

Тема 1.6. Производные фонды предприятия общественного питания

Тема 1.7. Издержки производства и реализации на предприятиях общественного питания

Тема 1.8. Себестоимость продукции калькулирование себестоимости

Тема 1.9. Ценообразование на предприятиях общественного питания

Тема 1.10. Выпуск продукции и товарооборот предприятий общественного питания

Тема 1.11. Планирование товарооборота и оборота по выпуску продукции собственного производства

##### Раздел 2. Основы менеджмента

Тема 2.1. Понятие, цели и задачи менеджмента

Тема 2.3. Мотивация в системе менеджмента.

Тема 2.4. Система методов управления

Тема 2.5. Основы принятия эффективных управленческих решений

Тема 2.6. Организационная структура управления и развития производства

Тема 2.7. Коммуникации в управлении. Сущность и роль коммуникаций в управлении

Тема 2.8. Сущность и роль социальной ответственности в системе управления

Тема 2.9. Кадровая политика и ее планирование на предприятии.

Тема 2.10. Трудовые ресурсы предприятия общественного питания, их характеристика и порядок формирования

Тема 2.12. Организация оплаты труда работников, ее главные принципы.

##### Раздел 3 Основы маркетинга

Тема 3.1. Рынок как объективная экономическая основа маркетинга организации.

Тема 3.3. Социально- экономическая сущность маркетинга и его основные концепции.

Тема 3.4. Модели маркетинга услуг, их характеристика

Тема 3.5. Принципы и функции маркетинга

Тема 3.7. Содержание маркетинговой деятельности предприятия

Тема 3.8. Маркетинговый подход к организации работы на предприятиях общественного питания

Тема 3.9. Разработка комплекса маркетинга Товарная политика предприятия

Тема 3.10. Система товародвижения и управление каналами распределения

Тема 3.11. Ценовая политика в комплексе маркетинга

Тема 3.12. Основные факторы, влияющие на цену блюд

Тема 3.14. Управление маркетингом на предприятии общественного питания.

Организационные структуры маркетинга

Тема 3.15. Принципы организации структуры управления маркетингом.

Тема 3.16. Стратегический маркетинг на предприятиях общественного питания.

Тема 3.18. Разработка стратегии маркетинга. Компоненты SWOT- анализа.

Тема 3.19. Анализ влияния внешней среды на деятельность предприятия

Тема 3.20. Иллюстративный анализ в маркетинге

Тема 3.21. Ситуационный анализ в маркетинге