

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»
(ФГАОУ ВО «СПбПУ»)
Институт среднего профессионального образования

СОГЛАСОВАНО

Работодатель

Зав.производством

Ресторанного комплекса

СПбГБУ «Дирекция по управлению
гостиничным и ресторанным комплексом»

_____ Е.А. Устинова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы экономики, менеджмента и
маркетинга»**

для специальности

43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Год начала подготовки по УП 2023

На базе среднего общего образования

Санкт - Петербург
2024

РАССМОТРЕНА:
предметной (цикловой)
комиссией «Экономика и бухгалтерский
учёт»
Протокол № 9 от «___» _____ 2024г.
Председатель ПЦК
А.В. Щербак _____
подпись

УТВЕРЖДАЮ:
Директор ИСПО
_____ Р.А.Байбиков
«__» _____ 2024 г.

РЕКОМЕНДОВАНА
Методическим советом ИСПО СПбПУ
Протокол № 9 от «26» апреля 2024 г.
Зам. директора по УМР
Е.Г. Конакина _____
подпись

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям среднего профессионального образования 43.02.15 Поварское и кондитерское дело для 2 курса и учебного плана Института среднего профессионального образования ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

Автор: Коверина Н.М., преподаватель ИСПО СПбПУ

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело и реализуется на 2 курсе обучения по данной специальности.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» входит в состав общепрофессионального цикла.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 6.1-6.5 ОК 01-05 ОК 7 ОК 09-11	<ul style="list-style-type: none">– рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;– анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.	<ul style="list-style-type: none">– основных положений экономической теории;– принципов рыночной экономики;– современного состояния и перспективы развития отрасли;– роли и организации хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;– механизмов ценообразования на продукцию (услуги);– механизмы формирования заработной платы;– форм оплаты труда;– стилей управления, видов коммуникации;– принципов делового общения в коллективе;– управленческого цикла;– особенностей менеджмента в области профессиональной деятельности;– сущности, целей, основных принципов и функций маркетинга, его связи с менеджментом.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - **70 часов**, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося -**51 часа**;
самостоятельной работы обучающегося – **17 час** и консультации.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	70*
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	51
в том числе:	
практические работы	26
контрольные работы	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	17
в том числе:	
Презентации	17
<i>Итоговая аттестация в виде дифференцированного зачета</i>	

*В т.ч консультации 2ч.

2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Раздел 1. Основы экономики.			16+6СР	
Тема 1.1. Экономика и ее основные проблемы.	Содержание учебного материала			
	1	Три главных вопроса экономической теории: что производить, как организовать производство, для кого производить.	2	2
Тема 1.2. Рынок, его структура. механизм функционирования	Содержание учебного материала			3
	1	Определение рынка, основные условия функционирования рынка.	2	
	1	Практические занятия №1: Решение задач с использованием кривой производственных возможностей.	2	
Тема 1.3. Понятие микро- и макроэкономики	Содержание учебного материала			2
	1.	Сущность, основные черты и механизм функционирования микроэкономики	2	
Тема 1.4. Механизм рыночного ценообразования	Содержание учебного материала			3
	1.	Сущность и функции цены как экономической категории. Система цен и их классификация. Факторы, влияющие на уровень цен.	2	
		Практические занятия №2 №3:		
	1	Решение задач и построение графиков.	2	
	2	Построение таблицы, отражающей виды рыночных структур и их признаки.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №1:		6	
	Презентация на тему: «Виды цен и способы их регулирования»			
Тема 1.5.	Содержание учебного материала			

Экономические основы деятельности организации	1.	Сущность и роль оптовой и розничной торговли в системе рыночных отношений. Социально-экономическая роль торговли и общественного питания в Российской Федерации. Перспективы и тенденции развития торговли и общественного питания	2	2
Раздел 2. Основы менеджмента организации			18+6СР	
Тема 2.1. Сущность и характерные черты современного менеджмент	Содержание учебного материала		2	2
	1.	Основные понятия: менеджмент, управление, организация (предприятие) Внешняя среда прямого и косвенного воздействия. Внутренняя среда организации: цели, задачи, структура, технология. Субъект и объект, система управления и их взаимосвязи.		
Тема 2.2. Функции менеджмента, понятие управленческого цикла.	Содержание учебного материала		2	2
	1.	Классификация функций управления: планирование, организация, контроль, мотивация. Виды планов. Стратегическое планирование: миссия и цели организации, оценка и анализ внешней среды, анализ сильных и слабых сторон организации, выбор стратегических альтернатив и реализация стратегического плана. Организация :понятие и содержание. Основные типы организационных структур: линейная, функциональная, матричная. Понятия «делегирования», «ответственность». Мотивация и современные теории мотивации.		
	Практические занятия №4 №5:.			
	Составление схем организационных структур управления предприятий торговли и общественного питания.		2	3
	Планирование организации малого бизнеса		2	
	Самостоятельная работа обучающихся№2:		6	
формулирование миссии и целей организации, изучение построения организационной структуры управления конкретной организации Презентация				
Тема 2.3. Процесс управления. Управленческие решения.	Содержание учебного материала		2	2
	1.	Общая характеристика процесса управления, его технология и пути повышения эффективности. Управленческие решения: сущность и роль в управлении, Классификация управленческих решений, требования, предъявляемые к ним. Типовые процедуры подготовки и принятия управленческого решения Методы оптимизации управленческих решений..		
	Практические занятия №6 №7 №8 №9:			3

	Решение практических ситуаций по принятию управленческих решений. Деловая игра.		2 2 2 2	
Раздел 3 Основы маркетинга			17+5СР	
Тема 3.1. Цели задачи и структура маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала			
	1.	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка.	2	
	2	Основные цели и задачи маркетинга, элементы классического маркетинга, содержание и структура маркетинговой деятельности на предприятии.	2	2
		Практические занятия №10, №11 Основные виды маркетинга в сфере применения (микро-, мета-, социальный маркетинг).	2 2	3
	Самостоятельная работа обучающихся №3:		5	
	Выполнение схем элементов маркетинга и подготовка презентаций.			
Тема 3.2. Объекты, субъекты и средства маркетинговой деятельности на предприятии	Содержание учебного материала			2
	1	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей.	2	
	2	Виды спроса, их краткая характеристика. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса (конверсионный, стимулирующий, развивающийся и т.д.)	2 2	3
	Содержание учебного материала			2
	1.	Маркетинговые исследования: понятие, цели, задачи, объекты. Виды исследований. Практические занятия №12 №13	1	3
		Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формирование целей исследования, сбор и анализ информации, оценка результатов для принятия решений. Стратегия и планирование маркетинга	2 2	

Всего:	51+17СР	
---------------	----------------	--

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета **«Основы экономики, менеджмента и маркетинга»**

Оборудование учебного кабинета:

- Учебные столы;
- Рабочее место преподавателя;
- Комплект учебно-методической документации;
- Комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения:

- Микрокалькуляторы;
- Компьютер;
- Принтер. DVD - проектор

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Гражданский Кодекс РФ
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Части 1 и 2
3. Таможенный Кодекс Российской Федерации
4. ФЗ от 24 июня 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации.
5. Маркетинг в организациях общественного питания 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для СПО/ Жабина С. Б.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ.
6. Маркетинг 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО/ Под ред. Лукичёвой Т.А., Молчанова Н. Н.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ.
7. Маркетинг 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для СПО/ Михалёва. Е.П.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ.
8. Основы маркетинга. практический курс 2-е изд. Учебное пособие для СПО С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ.
9. Основы маркетинга. Учебник для СПО/ Карпова С. В. ; Под общ. ред. Карповой С. В.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ.
10. Маркетинговые исследования. Учебник для СПО/ Тюрин Д.В.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ.
11. Экономика организации 2-е изд. Учебник и практикум для СПО/ Под ред. Колышкина Александра Викторовича, Смирнова С.А.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ
12. Экономика организации 6-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО/ Коршунов В. В.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ
13. Основы экономики 5-е изд. Учебник и практикум для СПО/ П. Д. Шимко.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ
14. ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ 3-е изд., пер. и доп. Учебник для СПО/ Куликов Л.М.// Москва: Юрайт, 2024 // Электрон. текстовые дан. // Фундаментальная библиотека СПБПУ

15. Океанова З.К. Основы экономической теории: Учебник. – М.: Издательская корпорация «Дашков и К», 2020.
16. Океанова З.К. Основы экономической теории: учебное пособие. 4-е изд., перер. и дополн. -М.: ИД «ФОРУМ», 2021. – 320 с.
17. Основы экономики: учеб. Пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений /Н.Н.Кожевников и др.; под ред. Н.Н.Кожевникова. – 2-е изд. перераб. и доп.. – Издательский центр «Академия», 2021. – 288.
18. Райзберг Б.А., Стародубцева Е.Б. Курс экономики: Учебник / Под ред. Б.А. Райзберга. – 5-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 672 с.
19. Слагода В.Г. Экономическая теория: учебник. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: ФОРУМ, 2019. – 368 с.
20. Современная экономика. Отв. ред. Мамедов О.Ю. -Ростов на Дону: «Феникс», 2020.
21. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: Учебник. – М.: Издательская корпорация «Дашков и К», 2020.
22. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебное пособие/под общей редакцией А.Н.Соломатина. – М.: МНФРА – М, 2024.
23. Федорова Л.П., Шаркова А.В. Экономика и управление на предприятии (торговля и общественное питание): Методич. рекомендации по выполнению выпускных квалификац. работ.- М.: Дашков и Ко, 2024.-104 с.
24. Экономика предприятий торговли и общественного питания: Учеб. пособие/Под ред. Т.И. Николаевой, Н.Р. Егоровой.-3-е изд., стереотип.- М. : Кнорус, 2022.-400 с.
25. Ефимова О.П. Экономика общественного питания: учебное пособие.-5-е изд., испр.-Минск: Новое знание,2019.-348 с.- (Экономическое образование)
26. Белоусова С.Н. Маркетинг: Учеб. пособие для студентов СПО, обуч. по спец. экономики и управления / С.Н. Белоусова, А.Г. Белоусов. - 7-е изд., перераб. и доп. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2019. - 397,[1] с. - (Среднее профессиональное образование)
27. Барышев А.Ф. Маркетинг.-3-е изд., стереотип.- М: Academia,2018.- 208 с.- (Среднее профессиональное образование).
28. Барышев А.Ф. Маркетинг. – М.: Academia,2020.- 208 с. - (Среднее профессиональное образование)

Дополнительные источники:

1. Куликов Л.М. Основы экономической теории: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 400 с.
2. Макконнел Р.К., Брю С.Л. Экономикс. М.: Республика, 1992.
3. Самуэльсон П., Нордхаус В. Экономика, М, 1999.
4. Хейне П. Экономический образ мышления. – М., 2015.

Интернет-ресурсы:

<http://video.yandex.ru/users/bbsoftware/view/7/>
http://stepanov01.narod.ru/history/lect06_6.htm
http://stepanov01.narod.ru/history/lect06_6.htm

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
- рассчитывать основные экономические показатели деятельности организации;	<i>Текущий контроль</i> - практическая работа № 6,7,9,10,11,12
- оценивать эффективность деятельности организации	<i>Текущий контроль</i> - практическая работа №10,11,12
-определять материально-технические, сырьевые, трудовые и финансовые ресурсы организации, показатели их эффективного использования.	<i>Текущий контроль</i> - практическая работа №1,2,3,4,10
Знания:	
- современное состояние и перспективы развития отрасли, организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике	<i>Текущий контроль</i> - самостоятельная (внеаудиторная) работа №1,2
- организационно-правовые формы организаций	<i>Текущий контроль</i> - самостоятельная (внеаудиторная) работа №1
- перечень и характеристику материально-технических, сырьевых, финансовых ресурсов, показатели их эффективного использования	<i>Текущий контроль</i> - самостоятельная (внеаудиторная) работа №1,2 устный опрос.
-производственную, организационную структуру и инфраструктуру организаций;	<i>Текущий контроль</i> - практическая работа №1,2,3,4,5,7,8,10, устный опрос, самостоятельная (внеаудиторная) работа №3
- нормы и правила оплаты труда;	<i>Текущий контроль</i> - практическая работа №8, самостоятельная (внеаудиторная) работа №2
- производственные программы и мощность; - ценообразование;	<i>Текущий контроль</i> - практическая работа №5, самостоятельная (внеаудиторная) работа №1, устный опрос.
-экономические показатели хозяйственной деятельности, оценку ее эффективности;	<i>Текущий контроль</i> - практическая работа №5, самостоятельная (внеаудиторная) работа №1, устный опрос.
-механизмы ценообразования на продукцию	<i>Текущий контроль</i> - практическая работа

(услуги);	№8, самостоятельная (внеаудиторная) работа №2
-формы оплаты труда.	<i>Текущий контроль</i> - самостоятельная (внеаудиторная) работа №1,2 устный опрос.

Формы оценки результативности обучения:
пятибалльная

Методы оценки результатов обучения по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»: итоговая оценка по окончании изучения выставляется по результатам текущей успеваемости.