

**МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ
НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
ОГА ПОУ «Новгородский торгово-технологический техникум»**

УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель директора по
учебной работе

И.А. Емельянова
«31» 08 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

19.02.10 Технология продукции общественного питания

*по программе подготовки специалистов среднего звена
естественнонаучного профиля*

Квалификация выпускника — техник - технолог

Великий Новгород, 2018

Рабочая программа учебной дисциплины «ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 19.02.10 Технология продукции общественного питания, утвержденного приказом Минобрнауки России № 384 от 22.04.2014г.

Организация-разработчик: областное государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Новгородский торгово-технологический техникум»

Разработчики:

Кравченко С.В. – *методист УМО*

Шараева А.В. – *зав. заочным отделением*

Рабочая программа обсуждена и рекомендована к утверждению решением цикловой методической комиссии «Общественное питание» от _____ 2018г., протокол № _____

Председатель ЦМК _____

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1.1 Область применения программы	4
1.2 Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена	4
1.3 Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины	4
1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	7
2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	11
3.2 Информационное обеспечение обучения	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	12
5.1 Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации	12
6. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью рабочей основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 19.02.10 Технология продукции общественного питания (базовой подготовки).

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в рамках реализации программы переподготовки кадров в учреждениях СПО

1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» относится к профессиональному циклу основной профессиональной образовательной программы (ОП07)

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

В результате освоения 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 усвоения 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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК1.Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК3.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК4.Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5.Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК6.Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК7.Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК8.Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК9.Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать профессиональными компетенциями:

ПК1.1.Организовывать подготовку мяса и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК1.2.Организовывать подготовку рыбы и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК1.3.Организовывать подготовку домашней птицы для приготовления сложной кулинарной продукции.

ПК2.1.Организовывать и проводить приготовление канапе, легкие и сложные холодные закуски.

ПК2.2.Организовывать и проводить приготовление сложных холодных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК2.3.Организовывать и проводить приготовление сложных холодных соусов.

ПК3.1.Организовывать и проводить приготовление сложных супов.

ПК3.2.Организовывать и проводить приготовление сложных горячих соусов.

ПК3.3.Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из овощей, грибов и сыра.

ПК3.4.Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из рыбы,

мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК4.1.Организовывать и проводить приготовление сдобных хлебобулочных изделий и праздничного хлеба.

ПК4.2.Организовывать и проводить приготовление сложных мучных кондитерских изделий и праздничных тортов.

ПК4.3.Организовывать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий.

ПК4.4.Организовывать и проводить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении

ПК5.1.Организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов.

ПК5.2.Организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов

ПК6.1.Планировать основные показатели производства продукции общественного питания.

ПК6.2.Организовывать закупку и контролировать движение продуктов, товаров и расходных материалов на производстве.

ПК6.3.Разрабатывать различные виды меню и рецептуры кулинарной продукции и десертов для различных категорий потребителей.

ПК6.4.Организовывать производство продукции питания для коллективов на производстве.

ПК6.5.Организовывать производство продукции питания в ресторане.

1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Максимальной учебной нагрузки обучающихся - 105часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающихся - 70часов;

самостоятельной работы обучающегося - 35 часов.

2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

очная форма обучения

Вид учебной работы	Количество часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	105
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	70
в том числе:	
практические занятия	30
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	35

в том числе:	
Работа с различными источниками информации с целью подготовки: - рефератов; - сообщений по вопросам, предложенным преподавателем; - работа с учебником, составление конспекта; - подготовка к практическим работам.	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	105
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	30
в том числе:	
теоретические занятия	
практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том числе:	75
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Раздел 1 Основы экономики			36	
Тема 1.1 Принципы рыночной экономики	Содержание учебной дисциплины		2	1,2
	1	Принципы рыночной экономики. Основные понятия: экономика, рынок, рыночные отношения. Рыночная система хозяйствования: понятие, сущность, функции и виды рынков		
Тема 1.2 Основные положения экономической теории	Содержание учебной дисциплины		2	2
	1	Потребности – исходная предпосылка формирования потребительского рынка. Экономическая природа и содержание потребительского спроса. Предложения на рынке потребительских товаров. Определение емкости рынка		
Тема 1.3 Современное состояние и перспективы развития отрасли	Содержание учебной дисциплины		2	2
	1	Отрасль: понятие, роль и значение в системе рыночной экономики. Современное состояние и перспективы развития. Отраслевой рынок труда, характерные черты и особенности. Основные экономические показатели развития отрасли.		
Тема 1.4 Организация, как хозяйствующий субъект рыночной экономики	Содержание учебной дисциплины		2	2
	1	Предприятие: понятие, основные признаки, цели, функции. Классификация по различным признакам. Организационно-правовые формы. Предприятия малого бизнеса в общественном питании.		
Тема 1.5 Основные технико-экономические показатели деятельности организации	Содержание учебной дисциплины		6	2,3
	1	Производство продукции и товарооборот. Товарооборот и производственная программа предприятий общественного питания		
	2	Методы прогнозирования товарооборота. Товарные запасы и показатели эффективности их использования. Основные фонды: понятие, классификация, показатели эффективности использования.		
	3	Оборотные средства: сущность, состав и структура. Издержки производства и обращения: сущность, классификация, факторы влияющие на уровень издержек. Показатели, используемые при анализе и планировании издержек.		

	Практические занятия		10	3
	1	Расчет плана товарооборота		
	2	Обоснование производственной программы. Расчет мощности кухни		
	3	Расчет пропускной способности торгового зала		
	4	«Расчет показателей эффективности использования основных фондов» Расчет показателей эффективности использования оборотных средств		
	5	«Расчет издержек производства и обращения»		
Тема 1.6 Механизмы ценообразования на продукцию	Содержание учебной дисциплины		3	2
	1	Цены и ценообразование. Особенности ценообразования в общественном питании. Структура розничной и продажной цены. Калькуляция цен на продукцию предприятий питания		
	2	Себестоимость. Валовой доход: сущность, источники образования. Прибыль: экономическая природа, ее виды. Рентабельность, методика ее определения		
	Практические занятия		5	3
	1	Расчет розничной и продажных цен, их отдельных элементов	1	
	2	Расчет и анализ себестоимости продукции и валового дохода по сумме и по уровню	1	
	3	Расчет величины размера валового дохода за счет изменения основных факторов	1	
	4	Расчет валового дохода и прибыли	2	
	Содержание учебной дисциплины		2	2,3
Тема 1.7 Механизмы формирования заработной платы	1	Оплата труда работников предприятий питания. Механизм стимулирования труда и его совершенствования. Тарифная система. Формы и системы оплаты труда Состав фонда заработной платы, источники его образования.		
	Практические занятия		2	3
	1	Расчет заработной платы различной категории работников		
	Самостоятельная работа обучающихся по разделу 1 Работа с различными источниками информации с целью подготовки: - рефератов; презентаций - сообщений по вопросам, предложенным преподавателем; - работа с учебником, составление конспекта; - подготовка к практическим работам.		18	2
	Раздел 2 Основы менеджмента		12	
Тема 2.1. Особенности	Содержание учебной дисциплины		2	2

менеджмента в области профессиональной деятельности	1	Сущность и характерные черты современного менеджмента. Сущность и характерные черты современного менеджмента. Основные школы и подходы менеджмента. Национальные особенности менеджмента. Организация и ее среда		
Тема 2.2 Управленческий цикл	Содержание учебной дисциплины		2	2
	1	Функции менеджмента. Функции управления: общие, частные и специальные. Методы управления. Основные составляющие цикла менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль. Характеристика функций цикла.		
Тема 2.3 Принципы делового общения	Содержание учебной дисциплины		2	2
	1	Деловое и управленческое общение: понятие, назначение, формы общения. Деловые беседы и совещания: виды, особенности проведения. Трансакты. Коммуникации в организации: понятие, виды и уровни. Процесс коммуникации.		
	Практические занятия		2	3
	1	Владение приемами делового общения. Использование приемов аттракции в заданных ситуациях, при работе с подчиненными		
Тема 2.4 Стили управления	Содержание учебной дисциплины		2	2
	1	Руководство: власть и партнерство.		
		Власть и влияние: понятие и виды власти. Лидерство и власть. Понятие и характеристика стилей управления. Управленческая решетка ГРИД.		
	Практические занятия		2	3
		Определение стиля управления по решетке ГРИД. Определение качеств руководителя		
	Самостоятельная работа обучающихся по разделу 2 Работа с различными источниками информации с целью подготовки: - рефератов; презентаций - сообщений по вопросам, предложенным преподавателем; - работа с учебником, составление конспекта; - подготовка к практическим работам.		6	2
Раздел 3 Маркетинг		22		
Тема 3.1 Понятие маркетинга: принципы, функции, цели	Содержание учебной дисциплины		2	2
	1	Методологические основы маркетинга: сущность, основные цели, принципы и функции маркетинга, межпредметные связи с другими дисциплинами		

		Этапы маркетинговой деятельности. Классификация маркетинга		
Тема 3.2 Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации		Содержание учебной дисциплины	2	2
	1	Маркетинговые исследования: цели, задачи, объекты и схема проведения. Способы сбора информации		
		Практические занятия	2	3
	1	«Определение емкости товарного рынка с помощью различных методов сбора информации»		
		Содержание учебной дисциплины	10	2
	1	Основные понятия, назначение и признаки сегментирования. Целевой маркетинг: варианты охвата рынка. «Рыночная ниша» позиционирование товара		
	2	Конкурентная среда. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Бостонская матрица. Критерии оценки конкурентоспособности предприятия.		
	3	Средства маркетинга: классификация и характеристика. Жизненный цикл товара и рыночная жизнь товара их этапы. Товарная политика предприятия		
	4	Сбытовая политика предприятия. Виды и стратегия сбыта, уровни, функции каналов распределения. Критерии выбора, виды и типы торговых посредников		
	5	Методы маркетинга. Методы изучения рынка: классификация методов, их достоинства и недостатки. Информационные виды продвижения. Службы ФОСТИСС		
		Практические занятия	6	3
	1	Определение формы распределения различных видов продукции		
	2	Решение ситуационных задач		
	3	Определение вида рекламы в соответствии с ЖТЦ		
		Самостоятельная работа обучающихся по разделу 2 Работа с различными источниками информации с целью подготовки: - рефератов; презентаций - сообщений по вопросам, предложенным преподавателем; - работа с учебником, составление конспекта; - подготовка к практическим работам.	11	2
	Всего		105	

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	№ занятия	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов		Уровень освоения
			Аудиторных	СРС	
1	2	3	4	5	6
Раздел 1. Основы экономики	Содержание учебного материала		35		
	1.	Понятие, сущность, принципы рыночной экономики в современных условиях	10		1
	2.				
	3.	Оборотные средства. Основные технико-экономические показатели деятельности организации			2
	4.				
	5.	Практическая работа «Расчет плана товарооборота»			2
	6.				
	7.	.Цены, ценообразование. Механизмы ценообразования на продукцию			2
	8.				
	9.	Практическое занятие «Расчет розничной и продажных цен» Определение цены продукции предприятия.			3
	10.				
	Самостоятельная работа студентов Сущность экономической теории и история ее развития Принципы рыночной экономики Организация – юридическое лицо Организационно – правовые формы организаций (ОПФ) Предприятие, как основное звено экономики Земельные ресурсы предприятия Основной и оборотный капитал предприятия Нематериальные активы предприятия, роль в производстве Трудовые ресурсы предприятия Финансовые ресурсы предприятия Основные технико-экономические показатели (ТЭП) деятельности предприятия Понятие и типы экономических систем. Макроэкономическое равновесие Работа с законодательными документами по проведению сравнительного анализа ОПФ коммерческих организаций с ОПФ некоммерческих; составление конспекта; работа с учебником по изучению основных форм интеграции предприятий: синдикат, трест, концерн, холдинг, финансово-промышленная группа; расчет показателей, характеризующих техническое состояние основных фондов предприятия;. работа с ГК РФ,			13	

	часть 4, раздел 7 «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации»; подготовка доклада; работа с учебником по изучению бестарифной системы оплаты труда; расчёт рентабельности собственного и заемного капитала.				
Раздел 2 Основы менеджмента	Содержание учебного материала		40		
	11.	Сущность менеджмента. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	10		2
	12.				
	13.	Функции менеджмента в рыночной экономики.			2
	14.	Управленческий цикл			
	15.	Деловое и управленческое общение. Принципы делового общения			2
	16.				
	17.	Практическое занятие			3
	18.	«Владение приемами делового общения			
	19.	Стили управления. Руководство: власть и партнерство			2
	20.	Проведение деловой игры «Я – руководитель».			
	Самостоятельная работа студентов Сущность современного менеджмента. Типы структур организаций. Внутренняя и внешняя среда организации. Функции менеджмента в рыночной экономике. Методы и стили руководства. Процесс принятия и реализации управленческих решений. Составление структур управления предприятием. Организация: ее внутренние и внешние переменные. Составление миссии организации. Составление и анализ способов мотивации. Принятие управленческих решений			30	
	Раздел 3 Маркетинг	Содержание учебного материала		30	
21.		Понятие маркетинга: принципы, функции, цели	10		2
22.					
23.		Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации			2
24.					
25.		Основные стратегии маркетинга			2
26.		Основы рекламы. Методы и стратегия маркетинга			
27.		Практическое занятие			3
28.		«Решение ситуационных задач» Анализ ситуации на рынке товаров и услуг			
29.		Основы рекламы.			2

	30.	Организация рекламной компании			
		Самостоятельная работа: Служба маркетинга, ее структура и типы. Управление и комплекс маркетинга. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл продукции. Сущность ассортиментной политики, формирование товарного ассортимента и товарной номенклатуры. Состояние спроса и задачи. Решение о товарной марке и маркировке. Решение об упаковке товара. Ассортиментная политика. Ценовые стратегии в маркетинге.		20	
Максимальная нагрузка			105		
в том числе по формам			30	75	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся
- комплект учебно-наглядных материалов по дисциплине
- рабочее место преподавателя

Технические средства обучения (по необходимости):

компьютеры с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор

3.2 Информационное обеспечение обучения

основные источники:

1. Жабина С.Б., Колесова А.В., Бугдюгова О.Н., "Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании", 2е издание, М.: Издательский центр "Академия", 2015.- 336 с
2. Кнышева Е.Н. Менеджмент: Учебное пособие/Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.: (Профессиональное образование) [Электронный ресурс]

дополнительные источники:

1. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: [Электронный ресурс]
2. Райченко А.В. Менеджмент: учеб. пособие / А.В. Райченко, И.В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). [Электронный ресурс]

Интернет-ресурсы:

<http://www.ecsocman.edu.ru/> - Федеральный портал Экономика, социология, менеджмент

<http://allmedia.ru/> - Российский деловой медиапортал

<http://www.opec.ru/> - Научно-образовательный портал IQ

<http://www.nlr.ru/> - Российская национальная библиотека

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
Умения:	
рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг	Наблюдение и оценка выполнения работ на практических занятиях, оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы. Решение ситуационных задач
Знания:	
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	Устный и письменный контроль, наблюдение и оценка выполнения работ на практических занятиях, оценка выполнения внеаудиторной самостоятельной работы, контрольное тестирование
Итоговый контроль в форме дифференцированного зачета	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1.1 Материалы для подготовки к промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов

1. Понятие управления. Объект и субъект управления. Цели, задачи и основные функции менеджмента.
2. Понятие организации: характеристика организаций, цели и задачи организации.
3. Цели и задачи – как внутренние переменные организации. Миссия организации.

4. Понятие технологии. Управленческие технологии. Технология как внутренняя переменная организации.
5. Люди – как внутренняя переменная организации. Характеристика персонала организации
6. Понятие организационной структуры. Проектирование организации.
7. Делегирование полномочий. Ответственность в контексте делегирования.
8. Преимущества и недостатки функциональной структуры управления.
9. Структуры управления.
10. Понятие мотивации сотрудников. Мотивационный процесс и эффективность деятельности организации. Создание системы мотивации труда.
11. Иерархия потребностей по А. Маслоу.
12. Система потребностей по МакКлелланду.
13. Классификация управленческих решений.
14. Основные этапы процесса принятия управленческого решения. Реализация управленческих решений.
15. Обоснование управленческих решений. Методы и подходы принятия решений.
16. Понятие группы в организации. Значимость групп для организации.
17. Факторы, влияющие на эффективность работы групп.
18. Понятие влияния и власти. Формы власти и влияния.
19. Основные качества менеджера, работа менеджера. Понятие стиля руководства. Управленческая решетка стилей руководства.
20. Стили руководства по Р. Лайкерту.
21. Стили руководства по Д. МакГрегору.
22. Понятие лидерства в организации. Подходы к лидерству.
23. Природа конфликтов в организации. Типология конфликтов.
24. Причины возникновения конфликтов.
25. Модель конфликтной ситуации.
26. Понятие и сущность маркетинга.
27. Исходные идеи маркетинга. Функции и субъекты маркетинга.
28. Основные этапы процесса принятия решения о покупке товара и услуги.
29. Основные принципы сегментирования потребительских рынков и рынков товаров промышленного назначения. Критерии сегментирования.
30. Общие этапы процесса сегментирования рынков.
31. Понятие товара. Идея трех уровней товара. Классификация товаров.
32. Разработка комплекса маркетинга.
33. Стратегия и тактика ценообразования.
34. Факторы ценообразования.
35. Понятие и цели позиционирования товара на рынке. Стратегии позиционирования.

36. Сущность маркетинговых коммуникаций. Процесс маркетинговых коммуникаций.
37. Жизненный цикл товара и стратегия маркетинга по ходу жизненного цикла товара.
38. Товарно-марочная политика фирмы.
39. Марочные стратегии фирмы.
40. Деятельность по стимулированию сбыта.
41. Роль рекламы в комплексе стимулирования. Виды и задачи рекламы. Основные решения в сфере рекламы.
42. Основные факторы микросреды функционирования фирмы.
43. Основные факторы макросферы функционирования фирмы.
44. Модель покупательского поведения. Побудительные приёмы маркетинга и ответная реакция потребителей.

1.2 Критерии оценки для проведения дифференцированного зачета по дисциплине

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логично его излагает, умеет тесно связывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу его излагает, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он обладает знаниями только основного материала, но не усвоил материал в пределах дидактической единицы, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач или решает их с неточностями.

1.3 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине

Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности компетенций обучающегося.

При сдаче дифференцированного зачета:

– знания обучающегося могут проверяться при ответе на теоретические вопросы;

– степень владения умениями при выполнении практических работ и других заданий.

6. ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа: одобрена на 20__/_ учебный год на заседании цикловой методической комиссии «Общественное питание» от ____ 20__ г., протокол № ____

Председатель ЦМК _____

Рабочая программа: одобрена на 20__/_ учебный год на заседании цикловой методической комиссии «Общественное питание» от ____ 20__ г., протокол № ____

Председатель ЦМК _____

Рабочая программа: одобрена на 20__/_ учебный год на заседании цикловой методической комиссии «Общественное питание» от ____ 20__ г., протокол № ____

Председатель ЦМК _____