

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
«САМАРСКИЙ ТОРГОВО – ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ »

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Самара, 2021

Рассмотрено на заседании
ПЦК Пищевых производств и
обслуживания

Протокол № 8
от « 09 » 04 20 21

Председатель ПЦК Пищевых
производств и обслуживания
Ю.С. Большакова Ю.С. Большакова



Рабочая программа учебной дисциплины профессионального учебного цикла разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 19.02.08 Технология мяса и мясных продуктов (приказ Минобрнауки России от 22.04.2014 N 379)

Организация - разработчик: ГБПОУ «СТЭК»

Разработчик: Н.А. Омшина, преподаватель ГБПОУ «СТЭК»

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Паспорт программы учебной дисциплины	4
2.	Структура и содержание учебной дисциплины	8
3.	Условия реализации программы учебной дисциплины	11
4.	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	13

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения программы:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 19.02.08 Технология мяса и мясных продуктов.

1.2 Требования к результатам освоения дисциплины:

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

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

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

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

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

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

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

ОК3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

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

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

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

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Проводить приемку всех видов скота, птицы и кроликов.

ПК 1.2. Производить убой скота, птицы и кроликов.

ПК 1.3. Вести процесс первичной переработки скота, птицы и кроликов.

ПК 1.4. Обеспечивать работу технологического оборудования первичного цеха и птищецеха.

ПК 2.1. Контролировать качество сырья и полуфабрикатов.

ПК 2.2. Вести технологический процесс обработки продуктов убоя (по видам).

ПК 2.3. Обеспечивать работу технологического оборудования в цехах мясожирового корпуса.

ПК 3.1. Контролировать качество сырья, вспомогательных материалов, полуфабрикатов и готовой продукции при производстве колбасных и копченых изделий.

ПК 3.2. Вести технологический процесс производства колбасных изделий.

ПК 3.3. Вести технологический процесс производства, копченых изделий и полуфабрикатов.

ПК 3.4. Обеспечивать работу технологического оборудования для производства колбасных изделий, копченых изделий и полуфабрикатов.

ПК 4.1. Планировать основные показатели производства продукции и оказания услуг в области производства мяса, мясных продуктов и пищевых товаров народного потребления из животного сырья.

ПК 4.2. Планировать выполнение работ и оказание услуг исполнителями.

ПК 4.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 4.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ и оказания услуг исполнителями.

ПК 4.5. Изучать рынок и конъюнктуру продукции и услуг в области производства мяса, мясных продуктов и пищевых товаров народного потребления из животного сырья.

1.3 Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки -54 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки а -36 часов;

самостоятельной работы -18 часа.

1 Структура и содержание учебной дисциплины

1.3 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка	54
Обязательная аудиторная учебная нагрузка	36
В том числе:	
Практические занятия	12
Самостоятельная работа студентов	18
Итоговая аттестация в форме экзамена	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Экономика и ее роль в жизни общества.		3	
Тема 1.1. Назначение и структура экономики	Содержание учебного материала	1	2
	Экономика как хозяйственная деятельность и как наука. Функции экономической теории. Понятие макроэкономики и микроэкономики. История экономических учений.		
Тема 1. 2. Факторы производства. Собственность и ее виды.	Содержание учебного материала	2	2
	Средства производства, фонды предприятия, эффективность использования основных фондов. Рабочая сила труда. Производственные возможности. Кругооборот богатства, роль экономических потребностей в развитии экономики. Собственность в юридическом и экономическом смысле; владение, пользование, распоряжение, виды, типы, формы собственности. Фазы развития собственности, структура собственности в России		
	Самостоятельная работа: Составление таблицы видов и форм собственности. Составление схемы кругооборота богатства.	2	
Раздел 2. Микроэкономика		3	
Тема 2.1.	Содержание учебного материала		2

Рынок его основные факторы.	Понятие рынка; виды, функции рынка, основные факторы рыночного саморегулирования. Натуральные товарные хозяйства. Рыночный обмен товара. Происхождение и функция денег. Золотой стандарт. Полноценные и неполноценные деньги, закон денежного обращения.	2	
	Самостоятельная работа: Составление схемы «Видов и функций рынка»	1	
Тема 2.2. Конкуренция и монополия. Экономические основы бизнеса	Содержание учебного материала	1	2
	Сущность и основные признаки монополизма Искусственная и естественная монополия Монополия и конкуренция Ценовая конкуренция Монопольная цена.		
	Самостоятельная работа: Составление схемы монополистических союзов.	1	
Раздел 3. Распределение доходов в обществе.		2	
Тема 3.1 Распределение доходов в экономике. Налоговая система.	Содержание учебного материала	2	2
	Определение, виды заработной платы Номинальная и реальная заработная плата Современные системы оплаты труда, нормы прибыли Рента, процент, прибыль, кредит, виды кредита Распределение доходов в обществе Кривая Лоренца и индекс Джини Доходы от ценных бумаг Государственные перераспределение доходов Виды, ставки налога; налоговые денежные реформы, кривая Лафера		
	Самостоятельная работа: Составление схемы ставок и видов налогов Составление таблицы государственного перераспределение доходов	1	

Раздел 4 Макроэкономика		1	
Тема 4.1 Экономический рост национального хозяйства. Финансы и денежно – кредитные системы.	Содержание учебного материала	1	2
	ВВП, ВВП. Методы расчета ВВП. Экономический рост его факторы, измерение Безработица. Сущность и виды инфляции. Уравнение И.Фишера. Антиинфляционная политика. Неустойчивость и равновесие макроэкономики. Финансы и их роль в регулировании экономики. Государственный бюджет, порядок его принятия. Банки, их роль в денежно – кредитной системе. Политика дешевых и дорогих денег.		
	Самостоятельная работа: Составление расчета ВВП	1	
Раздел 5 Современная мировая экономика.		2	
Тема 5.1 Мировое хозяйство XX – XXI вв. Международные валютные отношения. Глобализация мировой экономики	Содержание учебного материала	2	2
	Международное разделение труда Абсолютное и сравнительное преимущество международной специализации и торговли Два типа торговой политики Международный кредит Миграция капитала Миграция трудовых резервов Свободные и оффшорные экономические зоны Типы, роль, виды валюты; способы регулирования валютных курсов Классификация стран и глобальных проблем современного мира Проблема экономической отсталости Роль НТР в глобализации мирового хозяйства		
Раздел 6. История и методологические основы менеджмента		3	
Тема 6.1 Понятия, сущность, прошлое и настоящее менеджмента	Содержание учебного материала	1	2
	Понятие, цели и задачи менеджмента. Система управления менеджмента и его элементы. Эволюция управленческой мысли. Современной концепции, принципы, закономерности, научные подходы к менеджменту		

	Практическая работа № 1-2: Составление и проведение анализа, формулировка источников научного подхода к менеджменту.	2	
Раздел 7. Технология менеджмента		1	
Тема 7.1 Информационные обеспечения менеджмента. Коммуникационный процесс	Содержание учебного материала	1	2
	Понятие и классификация информации. Уровни информационного обеспечения и типы информации в менеджменте. Технологии информационной деятельности. Виды коммуникаций. Коммуникационный процесс. Преграды в коммуникациях предприятий. Совершенствование коммуникаций.		
	Самостоятельная работа: Составление схемы методов использования информации Составление схемы типов информации	1	
Раздел 8. Внутрифирменные управления		4	
Тема 8.1 Организация, структура управления производства. Методы управления, управленческие решения	Содержание учебного материала	2	2
	Понятие организации; внутренняя и внешняя среда организации Выработка стратегий предприятий Организационно – правовые формы предприятий производственной деятельности Понятие сущность, принципы, типы, структура управления Организационные отношения в системе менеджмента Полномочия и их виды Распределения управленческих полномочий Централизация и децентрализация Делегирование Сущность методов управления Экономические, организационно–распорядительные и социально–психологические методы управления Понятие и классификация управленческих решений Организаций выполнений решений и его контроль		

	<p>Качество управленческих решений и пути его повышений</p> <p>Активизация обучения выработки решений</p>		
	<p>Практическая работа № 3-4:</p> <p>Анализ теоретических взглядов на природу сущность и развития управления.</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа:</p> <p>Составление анализа ситуаций и принятие управленческих решений по проблемам структурированных и неструктурированных организаций.</p>	2	
Раздел 9. Управление производством		3	
<p>Тема 9.1</p> <p>Производство как система.</p> <p>Управление риском.</p> <p>Мотивация и контроль в системе менеджмента</p>	Содержание учебного материала		2
	<p>Компоненты системы производства.</p> <p>Характеристика производственного процесса.</p> <p>Управление развития производства.</p> <p>Критерии и показатели эффективности менеджмента.</p> <p>Инновационный менеджмент и особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.</p> <p>Понятие и виды и управление риском.</p> <p>Виды мотивации, неэкономические способы мотивации, сущность, задачи и виды контроля.</p>	1	
	<p>Практическая работа № 5-6:</p> <p>Выполнение анализа теории содержания мотивации. Выполнение анализа эффективности инновационного менеджмента.</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа:</p> <p>Составление схемы видов предпринимательского риска, вероятности наступления риска.</p>	2	
Раздел 10. Управление персоналом		4	
Тема 10.1	Содержание учебного материала		2

<p>Личность и коллектив. Управление кадрами, конфликтами. Власть и лидерство в менеджменте. Стили руководства, деловой этикет</p>	<p>Психология личности Особенности индивидуальности человека; личности и коллектива. Понятие коллектива Основные виды коллектива и их психологическая характеристика Подбор оценка и адаптация кадров. Методы и принципы расстановки кадров. Система управления кадрами; сущность кадрового менеджмента. Понятие, источники и виды власти Руководитель и лидер. Понятие, характеристика стиль управления. Имидж, деловой этикет руководителя. Виды, функции конфликтов их форм разрешения. Управление стрессами.</p>	2	
	<p>Практическая работа № 7-8: Выполнение анализа набора характеристик определяющих индивидуальность человека</p>	2	
	<p>Составление должностных инструкций специалистов, квалификационных карт</p>		
	<p>Самостоятельная работа: Оценка деятельности персонала с использованием различных методов по предложенным ситуациям. Оценка уровня трудовой дисциплины и текучести персонала по определенным ситуациям, анализ мотивов текучести.</p>	2	
Раздел 11. Основа маркетинга.		10	
<p>Тема 11.1 Предмет, цели и задачи дисциплины. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга. Сегментирование</p>	Содержание учебного материала	2	2
	<p>Маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Цели и задачи маркетинга. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распределение, стимулирование (сбыт, продвижение товара). Понятие назначения. Характеристика отдельных видов маркетинга. Сегментирование, сегмент и ниша рынка, назначение сегментирования.</p>		

рынка.	Признаки сегментирования потребительского рынка.		
	Самостоятельная работа: Составление схемы видов маркетинга в зависимости от широты охвата рынка. Составление краткой характеристики каждого вида маркетинга.	1	
Тема 11.2 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Окружающая среда маркетинга.	Содержание учебного материала	1	2
	Классификация потребностей: физические, социальные, психологические, индивидуальные и духовные. Характеристика отдельных видов потребностей. Виды спроса, мероприятия при видах спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий. Окружающая среда маркетинга, субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.		
	Практическая работа № 9: Выполнение анализа поведения покупателей в определенной ситуации, разработка должностных характеристик маркетологов.	1	
	Самостоятельная работа: Составление классификации потребностей. Оценка анализа окружающей среды, организации по отраслям	1	
Тема 11.3 Конкурентная среда. Средства маркетинга.	Содержание учебного материала	1	2
	Понятие: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Классификация средств маркетинга, маркетинговое понятие товара.		
	Практическая работа № 10: Выполнение анализа конкурентоспособности организации и ее конкурентных преимуществ	1	
	Самостоятельная работа: Составление таблицы критериев оценки конкурентоспособности организации	1	
Тема 11.4 Ценовая и сбытовая политика	Содержание учебного материала	1	2
	Цели, задачи направления формирования цен классификация цен, их установления. Цели, задачи сбытовой политики.		

	Практическая работа № 11: Выполнение анализа и оценки эффективности сбытовой политики	1	
	Самостоятельная работа: Составление критериев выбора каналов сбыта, системы сбыта	1	
Тема 11.5 Методы маркетинга. Реклама. маркетинговое исследование рынка. Стратегия и планирование маркетинга	Содержание учебного материала		2
	Классификация методов маркетинга. Цели, задачи. функции, классификация рекламы. Виды и методы маркетинговых исследований. Этапы, процессы, цели, задачи стратегического планирования.	1	
	Практическая работа № 12: Выполнение анализа рекламной компании и оценка эффективности рекламы	1	
	Самостоятельная работа: Составление схемы исследований принципов отбора маркетинговой информации. Составление схемы эффективности рекламы. Составление схемы стратегического анализа (результаты стратегического планирования)	1	
	Экзамен		
Всего часов аудиторной нагрузки		36	
Часы самостоятельной работы		18	
Итого:		54	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующим 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, решаемых проблемных задач).

3. Условия реализации программы дисциплины

3.1 Требования к минимальным материально-техническому обеспечению

Оборудование учебного кабинета:

- 30 посадочных мест (по количеству студентов);
- Рабочее место преподавателя;

Технические средства обучения:

- Персональный компьютер;

3.2 Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Учебник. - М.: КНОРУС, 2016.

Дополнительные источники:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Ф. Котлер. - М.: Прогресс, 2010. – 912 с.
2. Басовский Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 219 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. - 12-е изд. - СПб.: ПИТЕР, 2010. – 816 с.
4. Крылова Г.Д., Соколова, М.И. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций / Г.Д. Крылова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 348 с.
5. Маркетинг: Учебник/Под ред. А.Н. Романова. – 4-е изд. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2010. – 463 с.
6. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. — М.: Юристъ, 2010. — 568 с.
7. Михалева Е.П. Маркетинг: конспект лекций. – М.: Юрайт-Издат, 2011. – 222 с.
8. Ноздрева Р.Б., Крылова Г.Д., Соколова М.И. Учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова — М.: Юристъ, 2010. - 45 с.
9. Панкрухин А.П. Маркетинг-практикум: ситуационные задания, кейсы, тесты / А.П. Панкрухин. – М.: ИМПИЭ, 2008. – 160 с.

10. Федько В.П., Федько Н.Г. Маркетинг: 100 экзаменационных ответов. Изд-е 4-е. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2009. – 448 с.

Интернет ресурсы:

1. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
5. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
6. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий.

Результат обучения (Освоенные умения)	Формы и оценка результатов обучения	
Знать:		
– основные положения экономической теории;	выполнение задания	практического
– современное состояние и перспективы развития отрасли;	выполнение задания	практического
– роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;	выполнение задания	практического
– механизмы ценообразования на продукцию (услуги);	выполнение задания	практического
– механизмы формирования заработной платы;	выполнение задания	практического
– формы оплаты труда;	выполнение задания	практического
– стили управления, виды коммуникации;	выполнение задания	практического
– управленческий цикл;	выполнение задания	практического
– особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;	выполнение задания	практического
– сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;	выполнение задания	практического
– формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации принципы рыночной экономики;	выполнение задания	практического
– принципы делового общения в коллективе;	выполнение задания	практического
Уметь:	выполнение задания	практического
– рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	выполнение задания	практического
– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	выполнение задания	практического
– анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	выполнение задания	практического