

**Министерство образования и молодежной политики
Свердловской области
ГАПОУ СО «Ревдинский многопрофильный техникум»**

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ГАПОУ СО «РМТ»

_____ В.С. Моисеев

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

образовательной программы среднего профессионального образования -
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
43.02.15 Поварское и кондитерское дело
на базе основного общего образования

СОГЛАСОВАНА

методической цикловой комиссией

Протокол № _____

от « _____ » _____ 20 _____ г.

ПРИНЯТА

методическим советом

Протокол № _____

от « _____ » _____ 20 _____ г.

Составитель Маслова Анастасия Григорьевна, преподаватель

(Ф.И.О., должность, квалификационная категория)

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело с учетом примерной основной профессиональной образовательной программы.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт программы учебной дисциплины 4
2. Структура и содержание учебной дисциплины 7
3. Условия реализации программы учебной дисциплины 166
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины 18

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.05 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело.

Программа учебной дисциплины может быть использована для повышения квалификации и переподготовки специалистов работников профильных предприятий.

1.2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Учебная дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является общепрофессиональной дисциплиной общепрофессионального цикла обязательной части ОПОП по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело базовой подготовки.

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

В результате изучения дисциплины студент должен уметь:

- участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации общественного питания, формировании пакета документов для открытия предприятия;
- рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации и анализировать их динамику;
- анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации;
- рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации;
- калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией общественного питания;
- 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;
- анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;
- анализировать спрос на товары и услуги организации общественного питания;
- определять маркетинговую политику организации общественного питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке) и проводить маркетинговые исследования;

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- 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;
- цели и задачи организации бизнеса в сфере общественного питания;

- этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения;
- факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT- анализ);
- виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией и методы определения эффективности их использования;
- показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда;
- формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы;
- состав издержек производства и обращения организаций общественного питания;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций общественного питания;
- 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, в том числе организации питания (комплекс маркетинга);
- организацию управления маркетинговой деятельностью, в том числе в организации общественного питания.

Освоение учебной дисциплины способствует формированию следующих общих и профессиональных компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

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.

ПК 6.5. Осуществлять инструктирование, обучение поваров, кондитеров, пекарей и других категорий работников кухни на рабочем месте.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 90 часов;

лабораторные и практические работы обучающегося 40 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной нагрузки (всего)	111
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	90
В том числе:	
лабораторные и практические занятия	40
Консультации	8
Промежуточная аттестация	9
Самостоятельная учебная работа	4
Итоговая аттестация в форме экзамена	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
Раздел 1	Основы экономики	30
Тема 1.1. Понятие экономики и экономической деятельности. Принципы рыночной экономики	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие №1 (1-2) Экономика как система жизнеобеспечения. Микро- и макро- экономика. Факторы производства. Проблема ограниченности ресурсов. Понятие и функции рынка. Закон спроса, предложения. Эластичность. Сущность предпринимательства.	2
	Практическое занятие №1 (3-4) Заполнение таблицы «Экономические системы». Равновесная цена, ее значение в восстановлении рыночного равновесия. Разбор графиков.	2
Тема 1.2. Сущность организации как основного звена экономики отраслей	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие №2 (5-6) Понятие организации. Организационно-правовые формы предприятия. Принципы функционирования предприятия. Основные этапы создания и организации малого предприятия.	2
	Практическая работа №2 (7-8) Составить таблицу «Признаки и отличия организационно-правовых форм предприятия», используя правовые источники (Консультант Плюс и т.п.). Сделать выводы	2
Тема 1.3. Организация производственного процесса	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие № 3 (9-10) Типы производства. Производственный процесс. Производственная программа и мощность предприятия. Производственный цикл. Структура эффективного фонда времени работы. Коэффициент сопряженности.	2
	Практическое занятие №3 (11-12) Разбор ситуационных задач на производственную программу и мощность.	2

Тема 1.4. Основные средства предприятия	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие № 4 (13-14) Структура капитала организации. Понятие и структура основных средств (ОС). Стоимостная оценка ОС, показатели движения и состояния. Износ и амортизация ОС, показатели использования.	2
	Практическое занятие № 4 (15-16) Разбор ситуационных задач на ОС	2
Тема 1.5. Оборотные средства предприятия	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие № 5 (17-18) Оборотный капитал (ОК). Оборотные производственные фонды и фонды обращения. Особенности, нормирование, стадии движения ОК. Совокупность нормативов ОК. Показатели использования, высвобождение ОК.	2
	Практическое занятие №5 (19-20) Разбор ситуационных задач на ОК	2
Тема 1.6 Трудовые ресурсы и оплата труда на предприятии	Содержание учебного материала	10
	Лекционное занятие № 6 (21-22) Понятие и структура трудовых ресурсов (ТР). Качественные и количественные ТР. Производительность и оплата труда.	2
	Практическое занятие № 6 (23-24) Разбор ситуационных задач на ТР	2
Тема 1.7. Издержки производства	Лекционное занятие № 7 (25-26) Издержки предприятия. Понятие, сущность и состав расходов коммерческого предприятия. Издержки обращения и их классификация. Факторы, влияющие на уровень издержек обращения. Номенклатура и состав издержек обращения по видам затрат.	2

Тема 1.8 Ценообразование	Лекционное занятие №8 (27-28) Понятие ценовой политики организации. Цели и этапы ценообразования. Ценообразующие факторы. Методы формирования цены. Этапы процесса ценообразования. Экономическое содержание цены. Виды цен. Ценовая стратегия организации. Управление ценами. Ценовая эластичность. Ценовая конкуренция.	2
Тема 1.9. Финансы организации. Прибыль и рентабельность	Лекционное занятие №9 (29-30) Финансовые результаты деятельности предприятия. Доходы и расходы. Рентабельность. Экономическая эффективность. Инновационная и инвестиционная деятельность. Налоговая система РФ. Налогообложение организаций питания. Виды налогов и отчислений, уплачиваемых организацией.	2
Раздел 2	Менеджмент	30
Тема 2.1. Менеджмент: основные понятия, сущность	Лекционное занятие №1 (31-32) Формирование и развитие менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Объект и субъект менеджмента. Задачи менеджера на современном этапе (определение, уровни управления, требования к профессиональной компетенции менеджеров).	2
Тема 2.2 Планирование как функция менеджмента	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие №2 (33-34) Сущность и объективная необходимость планирования. Принципы планирования (определение сущности планирования, условия планирования, задачи, стратегическое, среднесрочное и тактическое планирование).	2
	Практическое занятие №1 (35-36) Стратегическое планирование. (определение стратегического планирования, цели, этапы, матрица SWOT - анализа).	2
Тема 2.3 Организация как функция менеджмента	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие №3 (37-38) Понятие организации как функции управления (сущность и определение организации, команды, пути реализации функции организации).Современные организационные структуры и их оптимальность.	2

	Практическое занятие №2 (39-40) Организационные структуры (понятие и сущность организационных, бюрократических и адаптивных структур управления).	2
Тема 2.4. Мотивация как функция менеджмента	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие №4 (41-42) Сущность и содержание понятия «мотивация» (внешние и внутренние мотивы, нужда, желание, потребность, интерес, стимулы, их понятие и сущность). Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации (теории потребностей по А. Маслоу, Д. Мак Клеланда, Ф. Герцберга понятие, сущность, определения).	2
	Практическое занятие №3 (43-44) Процессуальные теории мотивации (теории ожидания, справедливости, подкрепления, модель Портера-Лоулера понятие, сущность, определения). Составление таблицы «Теории мотивации»	2
Тема 2.5. Контроль как функция менеджмента	Содержание учебного материала	6
	Лекционное занятие № 6 (45-46) Понятие и роль контроля в организации (сущность и основные задачи контроля, основные направления деятельности контроля в организации, функция контроля). Виды контроля (понятие и сущность предварительного, текущего и заключительного контроля)	2
	Практическое занятие №4 (47-48) Характеристики эффективности контроля (основные черты эффективного контроля, его сущность и цель). Ситуационные задачи.	2
Тема 2.6. Роль коммуникаций в управлении.	Лекционное занятие № 7 (49-50) Общее понятие коммуникаций (сущность, понятие, аспекты и составляющие процесса коммуникаций). Процесс коммуникации (элементы и этапы процесса коммуникаций, их сущность).	2
Тема 2.7 Принятие управленческого	Содержание учебного материала	6

решения	Лекционное занятие №8 (51-52) Решение. Виды управленческих решений (решение, организационного решения, запрограммированные и незапрограммированные решения). Подходы к принятию решений (интуитивные, рациональные и решения, основанные на суждениях). Этапы рационального решения проблем	2
	Практическое занятие № 5 (53-54) Решение ситуационных задач	2
Тема 2.8 Руководство: власть, влияние	Лекционное занятие № 9 (55-56) Понятие власти, влияния, лидерства (основные понятия и сущность). Формы власти.(экспертная, эталонная, законная, власть, основанная на вознаграждении, принуждении). Стили руководства (автократичный, демократичный).	2
Тема 2.9. Управление конфликтами в организации	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие №10 (57-58) Природа конфликта в организации (сущность, основные понятия). Типы конфликтов (внутриличностный, межличностный, конфликт между личностью и группой, межгрупповой конфликты). Способы разрешения конфликтов	2
	Практическое занятие №11 (59-60) Решение ситуационных задач	2
Раздел 3	Маркетинг	30
Тема 3.1. Эволюция маркетинга	Содержание учебного материала	2
	Лекционное занятие №1 (61-62) Определения маркетинга. История и эволюция маркетинга. Цели, задачи и принципы, функциональное назначение маркетинга. Виды маркетинга. Маркетинг в России и за рубежом. Маркетинг – философия современного бизнеса. Маркетинговое прогнозирование. Развитие рынка коммерческих услуг	
Тема 3.2 Рынок коммерческих услуг и методы оценки стратегии конкурентов	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие №2(63-64) Микросреда и макросреда маркетинга. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентные преимущества. Конкурентоспособность организаций и товаров. Методы оценки качества и	2

	конкурентоспособности товаров и услуг.	
	Практическое занятие №1 (65-66) Анализ окружающей среды торговой организации. SWOT анализ и составление матрицы BCG по конкретному предприятию общественного питания .	2
Тема 3.3. Сегментация рынка и позиционирование товара на рынке	Содержание учебного материала	2
	Лекционное занятие №3 (67-68) Выбор целевого рынка. Позиционирование и дифференцирование рыночного предложения. Стратегия охвата рынка. Разбор ситуационных задач	2
Тема 3.4. Покупательское поведение потребителей.	Содержание учебного материала	2
	Лекционное занятие №4 (69-70) Модели поведения покупателей. Процесс принятия решения о покупке товара. Изучение потребителей Разбор ситуационных заданий «Поведение потребителей»	2
Тема 3.5. Средства маркетинга: Товар и товарная политика	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие №5 (71-72) Понятие товара, классификация ассортимента товаров в маркетинге. Содержание и основные направления товарной политики в организации. Нормативная база. Упаковка: понятие, назначение, роль, виды и функции упаковки. Маркировка товаров. Разработка собственной упаковки.	2
	Лекционное занятие №6 (73-74) Формирование товарного ассортимента и управление им. Основные характеристики товарной номенклатуры: широта, глубина, насыщенность. Разработка нового товара, основные этапы создания. Понятие жизненного цикла товара, этапы пребывания товара на рынке.	2
Тема 3.6 Ценовая политика	Содержание учебного материала	2
	Лекционное занятие №7 (75-76) Цели, задачи и направления формирования цен и назначение цен в маркетинге. Факторы, влияющие на формирование цен. Виды цен, характерные для разных стратегий. Поведение фирмы в сфере ценообразования в зависимости от ситуации на рынке.	2
Тема 3.7 Средства распространения	Содержание учебного материала	2

товаров: сбытовая политика	Практическое занятие №1 (77-78) Установление уровней каналов распределения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации (решение ситуационных задач). Анализ работы конкретного розничного предприятия.	2
Тема 3.8 Маркетинговые коммуникации. Реклама	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие № 8 (79-80) Понятие «продвижение товаров»; коммуникационная политика; методы формирования бюджета на цели продвижения. Средства рекламы. Мерчандайзинг, как форма маркетинга в условиях товарного насыщения. Эффективность рекламы, методы оценки.	2
	Практическое занятие №2 (81-82) Анализ и совершенствование рекламной кампании организации: выбор средств, составление текстов, оценка эффективности рекламы.	2
Тема 3.9 Стратегия и планирование маркетинга	Содержание учебного материала	2
	Лекционное занятие № 9 (83-84) Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью.	2
Тема 3.10 Региональная и муниципальная и государственная поддержка предпринимательской деятельности	Содержание учебного материала	2
	Лекционное занятие №10 (85-86) Формы государственной поддержки. Полномочия и меры субъектов государственной власти по поддержке малого бизнеса в условиях, сформировавшихся под влиянием глобального мирового кризиса.	2
Тема 3.11 Интернет - маркетинг	Содержание учебного материала	4
	Лекционное занятие №11 (87-88) История онлайн – маркетинга. Преимущества и недостатки. Безопасность. Влияние интернет- маркетинга на ведение бизнеса в сфере общественного питания . Узнаваемость бренда в социальных сетях (простота и доступность, конкурентное преимущество). Последние разработки и стратегии повышения эффективности интернет- маркетинга, в том числе в сфере общественного питания .	2
	Практическое занятие №3 (89-90) Итоговая контрольная работа	2

Итого		90
	Самостоятельная учебная работа	
	Консультации	8
Экзамен		9

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины предполагает наличие кабинета социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (комплект плакатов по финансам, налогообложению и маркетингу).
- дидактический материал по дисциплинам (картотека тестовых и практических заданий по разделам дисциплины);
- перечень практических заданий и методические рекомендации по их выполнению;
- электронные образовательные ресурсы;
- ноутбук; мультимедиапроектор, экран;

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Лыкова, Л. Н. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. Н. Лыкова [Электронный ресурс]. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 353 с.

2. Чалдаева, Л.А. Финансы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 439 с. [Электронный ресурс].

3. Голубева Т. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебник для СПО - М. [Электронный ресурс].: Академия, 2018;

4. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение: практикум. Учебное пособие для СПО - М. [Электронный ресурс].: Академия, 2014.

5. Поляк Г.Б. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Поляк [и др.]; под редакцией Г. Б. Поляка, Е. Е. Смирновой [Электронный ресурс]. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 385 с.

6. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 135 с. [Электронный ресурс].

7. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с. [Электронный ресурс].

8. Алексунин, В.А. Маркетинг: учебник для ссузов / В.А. Алексунин. – М.: Дашков и К, 2020. - 216 с.. [Электронный ресурс].

9. Барышев, А.Ф. Маркетинг: учебник / А.Ф. Барышев. – М.: Академия ИЦ, 2019. - 224 с. [Электронный ресурс].

Интернет-ресурсы:

1. www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ
2. www.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов РФ
3. www.nalog.ru – официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ
4. Сайт Федеральной службы государственной статистики России (Росстат) <http://www.gks.ru>
5. Электронная энциклопедия «Википедия» <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Портал «Органы государственной власти России» <http://www.gov.ru>

7. Сайт Министерства экономического развития РФ <http://www.economy.gov.ru>
8. Сайт журнала «Финансовый менеджмент» <http://www.finman.ru/>
9. Сайт журнала «Управленческий учет» <http://www.upruchet.ru/>
10. www.4p.ru - сайт электронного журнала по маркетингу
11. www.marketer.ru- сайт посвящен проблематике Интернет-маркетинга

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки
<p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> – участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации общественного питания, формировании пакета документов для открытия предприятия; – рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации и анализировать их динамику; – анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации; – рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации; – калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией общественного питания; – 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; – анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг; – анализировать спрос на товары и услуги организации общественного питания; – определять маркетинговую политику организации общественного питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке) и проводить маркетинговые исследования; 	<p>Разнообразные формы устных и письменных ответов, оценка выполнения практических заданий; контрольная работа, тестовый контроль, проекты, по окончании проводится экзамен</p>
<p>Знания</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; – цели и задачи организации бизнеса в сфере общественного 	

питания;

- этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения;
- факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT- анализ);
- виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией и методы определения эффективности их использования;
- показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда;
- формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы;
- состав издержек производства и обращения организаций общественного питания;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций общественного питания;
- 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, в том числе организации питания (комплекс маркетинга);
- организацию управления маркетинговой деятельностью, в том числе в организации общественного питания.