

1

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное
автономное образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»


УТВЕРЖДАЮ

Директор Торгово-
экономического института

Ю.Л. Александров/

2016 г.

Торгово-экономический
институт



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Дисциплина ОП.07 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Специальность 19.02.10 «Технология продукции общественного питания»

Внесённые изменения утверждаю:

Директор Торгово-экономического института

Ю.Л. Александров

Красноярск 2016

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 19.02.10 «Технология продукции общественного питания»

Программу составил: преподаватель ОСПО Е.С. Микова _____
инициалы, фамилия, подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании Совета ОСПО

« 16 » марта 2016 г. протокол № 3

Заведующий ОСПО: Н.С. Зайцева _____
фамилия, инициалы, подпись

Дополнения и изменения в учебной программе на 201__/201__ учебный год.

В рабочую программу вносятся следующие изменения: _____

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании Совета ОСПО

« _____ » _____ 201__ г. протокол № _____

Заведующий ОСПО _____
фамилия, инициалы, подпись

Внесенные изменения утверждаю:

Директор Торгово-экономического института:

Ю.Л. Александров _____
фамилия, инициалы, подпись

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Программа учебного курса «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» подготовлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования. Программа предназначена для студентов очной и заочной форм обучения специальности 19.02.10 «Технология продукции общественного питания». В условиях рыночных отношений, когда появляется здоровая конкуренция между предприятиями, большое значение приобретает качество конечной продукции, которое в свою очередь обеспечивается профессиональным использованием основных технико-экономических показателей деятельности организации; применением в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения; анализе ситуации на рынке товаров и услуг. Поэтому неотъемлемой частью подготовки выпускников по специальности 19.02.10 «Технология продукции общественного питания» является изучение основ экономики, менеджмента и маркетинга.

Курс «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» даёт базовые экономические знания, необходимые для развития экономического мышления, для овладения специальными экономическими дисциплинами. Знание законов и принципов рациональной экономики придаёт людям уверенность, позволяет им правильно оценивать сложные экономические процессы и самостоятельно принимать оптимальные хозяйственные решения.

Цель и задачи курса «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» определяются спецификой предмета и выполняемыми им функциями, что соответствует общему принципу гуманизации образования.

1.1 Целью курса «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является ознакомление студентов с современными представлениями о ведущих направлениях и школах современной экономической теории, теоретических аспектах проблемы производственных возможностей, сущности рынка, рыночном равновесии, экономической системе, ее элементах, механизме регулирования рынка труда, об основных направлениях экономических реформ в России, структуре маркетинговой деятельности; классификации маркетинга; принципах; маркетинговой окружающей среде; сбытовой и ценовой политики; видах конкуренции, конкурентоспособности организации, стратегии и тактики маркетинга; различных школах и концепциях менеджмента, а так же сущности современных подходов в менеджменте и основных принципах управления; особенности отечественного менеджмента.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи дисциплины заключаются в развитии следующих знаний, умений и навыков личности:

- дать студентам базовые знания в области основ экономики, менеджмента и маркетинга, факторов производства, характеристик производительных сил и производственных отношений, сущности товара, денег, сущности стоимости и цены товара, рыночного ценообразования;
- научить проводить маркетинговые исследования; участвовать в рекламной компании предприятия, проводить опрос потребителей; разрабатывать и осуществлять мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта продукции общественного питания.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

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

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

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

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Организовывать подготовку мяса и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.2. Организовывать подготовку рыбы и приготовление полуфабрикатов для сложной кулинарной продукции.

ПК 1.3. Организовывать подготовку домашней птицы для приготовления сложной кулинарной продукции.

ПК 2.1. Организовывать и проводить приготовление канапе, легких и сложных холодных закусок.

ПК 2.2. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 2.3. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных соусов.

ПК 3.1. Организовывать и проводить приготовление сложных супов.

ПК 3.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих соусов.

ПК 3.3. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из овощей, грибов и сыра.

ПК 3.4. Организовывать и проводить приготовление сложных блюд из рыбы, мяса и сельскохозяйственной (домашней) птицы.

ПК 4.1. Организовывать и проводить приготовление сдобных хлебобулочных изделий и праздничного хлеба.

ПК 4.2. Организовывать и проводить приготовление сложных мучных кондитерских изделий и праздничных тортов.

ПК 4.3. Организовывать и проводить приготовление мелкоштучных кондитерских изделий.

ПК 4.4. Организовывать и проводить приготовление сложных отделочных полуфабрикатов, использовать их в оформлении.

ПК 5.1. Организовывать и проводить приготовление сложных холодных десертов.

ПК 5.2. Организовывать и проводить приготовление сложных горячих десертов.

ПК 6.1. Участвовать в планировании основных показателей производства.

ПК 6.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 6.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 6.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 6.5. Вести утвержденную учетно-отчетную документацию.

В результате изучения дисциплины студент 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.

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 .

1.4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» относится к блоку общепрофессиональных дисциплин (ОП.07).

Курс «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» имеет непосредственные междисциплинарные связи, с такими последующими дисциплинами учебного плана специальности, как «Бухгалтерский учет в общественном питании», «Контроль качества продукции и услуг общественного питания», «Организация работы структурного подразделения».

Изучение дисциплины строится на основе сочетания разнообразных форм учебного процесса: лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работы студентов и индивидуальных знаний, контрольных работ, подготовка рефератов, решение ситуационных задач, тестирование.

В лекциях излагаются основные научные достижения в области экономики, менеджмента и маркетинга, освещаются проблемы и дискуссионные вопросы, государственные мероприятия.

Практические занятия по основам экономики, менеджмента и маркетинга проводятся параллельно с лекционным курсом и направлены на углубление и лучшее усвоение теоретических положений.

1.5 Особенности реализации дисциплины

Дисциплина реализуется на русском языке.

2 Объем дисциплины (модуля)

Виды работ	Форма обучения
	Очная
	Семестр
	V
А	1
Лекции	84
Практические занятия (ПЗ)	40
Семинарские занятия (СЗ)	-
Лабораторные занятия (ЛЗ)	-
Консультации	14
Самостоятельная работа	48
Контрольная работа	+
Реферат	-
Курсовая работа	-
Зачет	-
Экзамен	+
Всего часов:	186

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час),	Формируемые компетенции
			Семинары и/или практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или практикумы (акад. час)		
Раздел 1 Основы экономики						
1.1	Сущность экономики и история её развития	4	2	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК1.1 – ПК6.5
1.2	Производство и экономика	8	4	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК1.1 – ПК6.5
1.3	Принципы рыночной экономики	6	2	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК1.1 – ПК6.5
1.4	Макроэкономические показатели	6	4	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК1.1 – ПК6.5
1.5	Макроэкономическая нестабильность	12	6	-	2	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК1.1 – ПК6.5
1.6	Макроэкономическое регулирование	6	2	-	8	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК1.1 – ПК6.5
1.7	Оплата труда	10	4	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК1.1 – ПК6.5
Раздел 2 Менеджмент						
2.1	Сущность современного менеджмента	4	2	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ПК1.1 – ПК6.5
2.2	Цикл управления	4	2	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ПК1.1 – ПК6.5
2.3	Методы управления	12	6	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ПК1.1 – ПК6.5 ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК-1 2

Раздел 3 Маркетинг						
3.1	Сущность маркетинга	6	2	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ПК1.1 – ПК6.5
3.2	Основные стратегии маркетинга	6	4	-	4	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК1.1 – ПК6.5
	Итого	84	40	-	48	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий ¹	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновационной форме
		Раздел 1 Основы экономики		
1.1	Сущность экономики и история её развития	<i>Основные понятия, методы и функции экономической науки</i> Основная проблема экономики, ее составляющие: безграничность потребностей и ограниченность ресурсов. Структура экономической теории: макроэкономика, микроэкономика, мировая экономика. Методы экономической теории. Функции экономической теории.	2	-
		<i>Исторические этапы развития экономической науки</i> Исторические этапы развития экономической теории: основные положения меркантилистов, физиократов, английской классической школы. Отличительные особенности экономического учения К.Маркса. Различия концептуальных положений основных экономических направлений: неоклассического, кейнсианского.	2	-
1.2	Производство и экономика	<i>Производство и экономика. Ресурсы как источник производства</i> Производство как процесс по созданию материальных благ. Воспроизводство и его основные фазы. Ресурсы как источник производства, их классификация. Факторы производства, их характеристика. Доходы от использования факторов производства.	2	-
1.3	Принципы рыночной экономики	<i>Эффективность экономики как методологическая категория</i> Категории «затраты» и «результат» производства. Кривая производственных возможностей и ее методологическое значение. Закон возрастания альтернативной стоимости.	2	-
		<i>Товар и его свойства</i> Товар как экономическая категория. Потребительская стоимость товара как его качественная	2	-

¹ В случае применения ЭО и ДОТ после наименования занятия ставится звездочка «*» с указанием места проведения занятия: (А) – в аудитории, (О) – онлайн занятие в ЭИОС.

		характеристика. Стоимость как внутренняя субстанция товара, характеризующая его количественное свойство. Формы стоимости. Стоимость и цена товара.		
		<i>Деньги как экономическая категория</i> Сущность и функции денег в экономике. Эволюция форм денег. Проблемы конвертируемости рубля в условиях рынка.	2	1
		<i>Рынок. Механизмы рыночного ценообразования</i> Рынок как развитая система отношений товарно-денежного обмена. Виды рынков и функции рынка. Понятие спроса и предложения, законы спроса и предложения, факторы, влияющие на них, эластичность спроса и предложения. Рыночное равновесие: равновесная цена и ее значение, равновесное количество товаров.	2	-
		<i>Конкуренция и монополия. Антимонопольное регулирование</i> Конкуренция: понятие основные виды. Модели рынка. Монополия: понятие, виды, преимущества и недостатки. Антимонопольное регулирование.	2	1
		<i>Экономические основы деятельности фирмы. Основы бизнеса</i> Собственность (отношения собственности) как основа производственных отношений. Формы и виды собственности. Организационно-правовые формы предприятий и организаций. Издержки и прибыль предприятия. Понятие и виды.	2	1
1.4	<i>Макроэкономические показатели</i>	<i>Макроэкономика как составная часть общей экономической теории</i> Роль статистики в макроэкономике. Международная система национальных счетов. Модели простого и расширенного (макроэкономического) кругооборота. Основные макроэкономические показатели: ВВП, ВВП, уровень безработицы, индексы цен.	6	1
1.5	<i>Макроэкономическая нестабильность</i>	<i>Содержание, формы и методы регулирования экономики на макроуровне</i> Цели государственного регулирования экономики. Основные методы и формы государственного регулирования экономики.	6	-
1.6	<i>Макроэкономическое регулирование</i>			
1.7	<i>Оплата труда</i>	<i>Безработица: сущность, причины, виды, последствия</i> Безработица: сущность, причины, виды, последствия. Основные понятия: занятые, безработ-	8	2

		ные. Естественная безработица и полная занятость. Закон Оукена.		
		<i>Финансы и их роль в регулировании экономики. Налоговая система.</i> Понятие финансов. Финансовая система. Государственный бюджет: понятие, основные способы формирования доходов и направления расходования средств. Понятие и значение бюджетного профицита и бюджетного дефицита. Понятие и функции налогов. Принципы налогообложения. Кривая Лаффера.	6	2
		<i>Денежно-кредитная система. Инфляционные процессы.</i> Денежная система. Законы денежного обращения. Принципы и функции кредита. Функции Центрального банка России в кредитной системе. Инфляционные процессы: причины и формы проявления. Инфляция спроса, инфляция издержек. Социально-экономические последствия инфляции. Антиинфляционная политика.	4	2
		<i>Проблемы экономического роста.</i> Экономические потрясения на макрорынке. Теоретическое обоснование макроэкономических колебаний и циклического развития рыночной экономики. Экономический рост как положительная составляющая экономической динамики. Источники и типы экономического роста. Показатели экономического роста.	4	-
Раздел 2 Менеджмент				
2.1	<i>Сущность современного менеджмента</i>	<i>Основные и характерные черты современного менеджмента.</i> Объекты, субъекты управления. История развития менеджмента. Школы менеджмента. Организация, как форма существования людей. Организация, как открытая система.	4	2
2.2	<i>Цикл управления</i>	<i>Функции менеджмента в рыночной экономике.</i> Значение и содержание функций менеджмента.	4	-
2.3	<i>Методы управления</i>	Система метода. Экономическое, административное и социально - психологическое воздействие. Личность и её свойства. Социально - психологические отношения. Информационные технологии в сфере управления. Значение управления информацией и требования, предъявляемые к ней. Искусство делового общения в работе менеджера. Законы и приёмы делового общения. Сущность и элементы руководства. Форма власти и влияния. Управление неформальной организацией. Неформальный лидер и работа с ним.	12	4

Раздел 3 Маркетинг				
3.1	<i>Сущность маркетинга</i>	<p><i>Маркетинг, как экономическая категория.</i></p> <p>История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности (по отраслям). Форма адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.</p>	6	-
3.2	<i>Основные стратегии маркетинга</i>	<p>Понятие товара в маркетинге. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара. Понятие и сущность цены. Механизмы ценообразования на продукцию. Основные виды ценовой стратегии. Методы ценообразования.</p>	6	-
ИТОГО			84	10

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий ²	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновационной форме
1	<i>Раздел 1</i>	Проблема производственных возможностей и эффективности экономики. Сущность рынка. Законы спроса и предложения на рынке. Рыночное равновесие. Эластичность спроса и предложения. Основные макроэкономические показатели: ВВП, ВНП, уровень безработицы, индексы цен. Показатели экономического роста.	24	6
2	<i>Раздел 2</i>	Школы менеджмента. Личность и её свойства. Социально - психологические отношения. Искусство делового общения в работе менеджера. Законы и приёмы делового общения. Сущность и элементы руководства. Форма власти и влияния. Управление неформальной организацией. Неформальный лидер и работа с ним.	10	4
3	<i>Раздел 3</i>	Понятие товара в маркетинге. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара. Понятие и сущность цены. Механизмы ценообразования на продукцию. Основные виды ценовой стратегии. Методы ценообразования.	6	2
ИТОГО			40	12

3.4 Лабораторные занятия

Учебным планом не предусмотрено.

² В случае применения ЭО и ДОТ после наименования занятия ставится звездочка «*» с указанием места проведения занятия: (А) – в аудитории, (О) – онлайн занятие в ЭИОС.

4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Маркетинг: сборник задач и тестов для самостоятельной работы студентов / ФГАОУ ВПО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Е.С. Микова. – Красноярск, 2012. – 106 с.
2. Маркетинг: методические рекомендации для самостоятельной работы студентов / ФГАОУ ВПО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Л.Н. Самойлова. – Красноярск, 2012. – 52 с.
3. Маркетинг: методические указания и задания к контрольной работе для студентов заочной формы обучения / ФГАОУ ВПО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Л.Н. Самойлова. – Красноярск, 2012 – 10с.
4. Основы экономики: Альбом схем, таблиц и графиков для самостоятельной работы студентов / ФГАОУ ВПО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Е.С. Микова. – Красноярск, 2012. – 60 с.
5. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: методические указания по самостоятельному изучению дисциплины / СФУ: торг.-экон. ин-т; сост. Е.С. Микова – Красноярск, 2016. – 69 с.
6. Управление структурным подразделением организации: рабочая тетрадь для самостоятельной работы / ФГАОУ ВПО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Р.И. Шадпалова – Красноярск, 2011. – 32 с.
7. Экономическая теория: Сборник задач и тестов / ФГАОУ ВПО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Н.В. Маслова. – Красноярск, 2013. – 64 с.
8. Экономическая теория: методические рекомендации по решению задач / ФГАОУ ВПО СФУ Торгово-экономический институт; сост. Е.С. Микова. – Красноярск, 2012. – 28с.

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

В соответствии с учебным планом, формой итогового контроля является экзамен.

Целью экзамена является проверка усвоения студентами теоретического материала по темам курса, готовности применить эти знания и умения в соответствии с избранной ими профессиональной деятельностью.

Экзамен по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» может проводиться:

- в устной форме – в виде беседы преподавателя со студентом по подготовленным вопросам согласно заданию;
- в письменной форме – в виде письменного ответа студента согласно предложенному заданию или в виде тестирования.

Критерии оценивания:

«Отлично» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др.); в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя студент давал четкие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала.

«Хорошо» ставится, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные моменты материала; ответ четко структурирован, выстроен в логической последовательности, изложен литературным грамотным языком; однако были допущены неточности в определении понятий, персоналий, терминов, дат и др.

«Удовлетворительно» ставится, если дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют некоторые нарушения, допущены несущественные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий; в ответе не присутствуют доказательные выводы; сформированность умений показана слабо, речь неграмотная.

«Неудовлетворительно» ставится, если дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (фактах, понятиях, персоналиях); в ответе отсутствуют выводы, сформированность умений не показана, речь неграмотная.

При проведении экзамена с использованием баз тестовых материалов по курсу рекомендуется использовать следующие критерии оценивания знаний студентов:

Уровень знаний студентов			
Оценка			
Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
100-85%	84-65%	64-50%	Менее 50%

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература

1. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания: Учебник /Фридман А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016.- 229 с. Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=516081>

Дополнительная литература

1. Основы экономической теории: учеб. пособие / Л.М. Куликов – 3-е изд., перераб. и доп. – КноРус, 2014. – 248 с.
Код доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53515
2. Основы экономической теории: Учебник/Слагода В. Г. - 3 изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 272 с.
Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=503672>
3. Менеджмент: Учебное пособие/ / Райченко А.В., Хохлова И.В. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.
Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=553544>
4. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
Код доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=412827>

Журналы:

Экономическая теория

Вопросы экономики - <http://www.ebiblioteka.ru/browse>

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. www.ereport.ru - обзорная информация по мировой экономике
2. www.catback.ru - научные статьи и учебные материалы по экономике
3. K2Капитал - экономическое информационное агентство
4. economictheory.narod.ru – Экономическая теория on-line
5. <http://econbook.kemsu.ru/economics/links.html> - учебный материал по экономике, интернет-ресурсы
6. <http://navigator.economicus.ru/> - путеводитель по экономическим ресурсам Интернет, созданный профессиональными экономистами.

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебный процесс по курсу «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» проходит по классической для средних учебных заведений схеме: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов, промежуточные формы контроля, зачет (экзамен).

Первостепенное значение в учебном процессе для любой формы обучения играют *лекции*. Данная форма представляет собой передачу информации от преподавателя студентам. Лекции имеют важнейшее значение для формирования целостной системы знаний студента и успешной сдачи зачета.

Лекционная форма работы позволяет формировать системные знания студентов. В лекциях внимание уделяется особо сложным и наименее освещенным вопросам.

ценным в учебной литературе проблемам курса, с которыми самостоятельно справиться студенту, зачастую, крайне сложно. В течение лекции студенту рекомендуется вести конспективные записи, которые заключаются в кратком изложении ключевых проблем освещаемой темы.

Семинарские (или практические занятия) строятся по иному принципу. Они ориентированы на большую взаимосвязь преподавателя со студентом, при этом акцент делается на самостоятельную работу студентов, которые предварительно готовились по заранее заданным вопросам (в соответствии с планами семинарских занятий). Семинар – это особая форма текущей проверки знаний, что позволяет более объективно оценить уровень подготовленности студентов.

Семинарские занятия предполагают не только пассивный пересказ студентом прочитанного материала, но и его самостоятельный анализ изучаемой проблемы. При этом конкретные формы проведения семинара могут варьироваться преподавателем от организации коллоквиумов до деловой игры. Эффективными методами работы являются организованные преподавателем дискуссии, которые показывают степень понимания проблемы студентами, умения задавать вопросы по существу, сопоставлять различные точки зрения, приводить веские аргументы в защиту своей точки зрения.

Практические занятия систематизируют работу по изучению каждой темы на основе лекционного материала, прочитанной учебной и дополнительной литературы, позволяют формировать методологические и практические навыки. В зависимости от уровня работы студентов и степени владения материалом по изучаемому курсу на семинарских занятиях иногда преподаватель осуществляет поэтапную сдачу экзамена в течение семестра.

Подготовка к семинарским и практическим занятиям предполагает высокий уровень **самостоятельной работы** студентов. Это достаточно трудный вид работы вследствие различных трактовок экономических проблем в современной учебно-методической литературе. Поэтому самостоятельная работа студентов невозможна без совместной деятельности преподавателя и студента на лекциях и семинарах. Кроме того, студент имеет право на индивидуальные консультации преподавателя в течение семестра.

Для самостоятельной работы студентов важно использование не только учебных пособий по курсу, но и общей литературы по смежным дисциплинам, преподаваемым в ОСПО, таких как «Бухгалтерский учет в общественном питании», «Управление структурным подразделением».

Самостоятельная работа по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» предусматривает развитие трудолюбия, добросовестности, настойчивости, усидчивости, самостоятельности, творческого мышления и неординарного подхода студентов к решению учебных задач, что составляет основу будущего профессионального роста.

Содержание самостоятельной работы студента по курсу «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» заключается:

✓ в проработке рекомендуемой и лично выбранной литературы в процессе подготовки к учебным занятиям, дополнении информации, полученной на лекциях и семинарских занятиях;

✓ в подготовке рефератов, докладов, сообщений, освещающих экономическую проблематику;

✓ в подборе и обработке необходимой литературы, содержащей информацию для выполнения письменного опроса (тестирования).

Самостоятельная работа является важной итоговой формой работы, позволяющей оценить способности студента.

В соответствии с учебным планом, формой контроля по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» для студентов является экзамен.

Целью экзамена является проверка усвоения студентами теоретического материала по темам курса, готовности применить эти знания и умения в соответствии с избранной ими профессиональной деятельностью.

Экзамен по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» может проводиться:

- в устной форме – в виде беседы преподавателя со студентом по подготовленным вопросам согласно заданию;
- в виде тестирования по основным темам курса;
- в письменной форме – в виде письменного ответа студента согласно предложенному заданию.

В ходе изучения дисциплины по отдельным темам могут также применяться такие формы текущего контроля как написание студентами контрольных (самостоятельных) работ; сочинений по проблемным вопросам дисциплины; подготовка докладов (рефератов) по наиболее интересным вопросам курса; разработка презентаций по интересным темам.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

Операционные системы	Microsoft Windows XP SP3, Microsoft Windows, Server 2003 sp2
Офисный пакет	Microsoft Office 2003 SP3, Microsoft Office PROJECT 2003, Open Office 3.0.1
Браузер	Mozilla FireFox
Архиватор	7-ZIP
Антивирус	ESET NOD32

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Кабинет менеджмента и маркетинга № 825	<p>специализированная мебель, демонстрационное оборудование: доска учебная, экран настенно-потолочный Screen Media, проектор Optoma DS211, персональный компьютер, демонстрационное оборудование.</p> <p>Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертфикат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;</p> <p>Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертфикат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;</p> <p>ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 3750 users Лицензия на программное обеспечение EAV-0275470002;</p> <p>имеется неограниченный доступ в интернет, доступ в ЭИОС университета, ЭБС и БД</p>
2.	Библиотека, читальный зал № 305:	<p>Специализированная мебель, кол-во посадочных мест 48, кол-во АРМ – 14 шт.;</p> <p>демонстрационное оборудование: проектор потолочный Epson; экран для проектора;</p> <p>Microsoft® Windows Professional 8 Russian Upgrade Academic OPEN 1 Licence No level (Windows 7 Professional по праву Downgrade Rights согласно лицензионному соглашению), Лицензионный сертификат №60956155 от 27.09.2012, бессрочно</p> <p>Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level, Лицензионный сертификат №43158512 от 07.12.2007, бессрочно</p> <p>Adobe Acrobat Pro Extended 9.0 WIN</p>

		<p>АОО License IE Acrobat Pro Extended, Лицензионный сертификат Softline от 10.12.2008, бессрочно.</p> <p>ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 3750 users Лицензия на программное обеспечение EAV-0275470002;</p> <p>Неограниченный доступ в интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета и ЭБС и БД</p>
3.	Аудитория для самостоятельной работы № 621:	<p>Специализированная мебель, демонстрационное оборудование: доска учебная, экран настенно-потолочный Lumen 153*203, проектор Optoma DS211, персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 – 13 шт., концентратор Acorn;</p> <p>Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level Лиц сертификат 45676576, от 02.07.2009, бессрочный;</p> <p>Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level - Лиц сертификат сертификат 4316214, от 06.12.2007, бессрочный;</p> <p>ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 3750 users Лицензия на программное обеспечение EAV-0275470002 от 26.06.2020 до 26.06.2021.</p> <p>Kaspersky Endpoint Security Лиц сертификат 1B08-200629-052411-253-462.</p> <p>1С: предприятие 8.2 – Лицензионное соглашение 8922406, 9334111, бессрочно;</p> <p>КОМПАС-3D и приложения с версии V14 до V15- Лиц сертификаты А-12-000131, Ец-14-00024 бессрочный;</p> <p>Неограниченный доступ в интернет, доступ в электронную информационно-образовательную среду университета и ЭБС и БД</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Перечень вопросов для экзамена по дисциплине

1. Экономическая теория как наука, ее предмет
2. Метод и функции экономической теории
3. История развития экономической теории: общие направления
4. Основные экономические школы
5. Российская экономическая мысль и ее вклад в мировую экономику
6. Типы экономических систем
7. Производство и экономика. Понятие производства, его типы
8. Факторы современного производства
9. Воспроизводство и его основные фазы
10. Капитал: понятие, виды, значение
11. Проблема производственных возможностей и эффективности экономики
12. Товар и его свойства
13. Цена товара, стоимость товара
14. Деньги в экономической теории
15. Собственность как основа производственных отношений
16. Сущность рынка, его классификации.
17. Инфраструктура рынка.
18. Теория спроса на рынке
19. Теория предложения на рынке
20. Эластичность спроса и предложения
21. Рыночное равновесие: равновесная цена, равновесное количество товаров
22. Монополия и конкуренция.
23. Макроэкономика как составная часть экономической науки
24. Основные макроэкономические показатели
25. Методы расчета ВВП
26. Издержки производства. Виды издержек и прибыли
27. Рыночный механизм макроэкономического равновесия
28. Экономический рост, проблемы экономического роста в современных условиях
29. Цикличность развития рыночной экономики.
30. Особенности экономических реформ в России
31. Основные направления экономической реформы в России
32. Содержание и формы регулирования экономики на макроуровне
33. Методы регулирования экономики на макроуровне
34. Сущность денег и их функции.
35. Эволюция денег.
36. Финансовый рынок как регулятор экономики
37. Денежно-кредитная система
38. Инфляция: сущность, причины, виды, последствия
39. Сущность кредита, его источники, функции

40. Основные формы кредита
41. Сущность, функции, виды банков
42. Сущность и функции финансов
43. Структура финансовой системы
44. Государственный бюджет и бюджетная политика
45. Сущность и классификация налогов
46. Налоговая система в России. Налоговая политика государства
47. Рыночный механизм формирования доходов населения
48. Безработица: сущность, виды, последствия.
49. Проблемы социальной политики государства
50. Общая характеристика мирового рынка
51. Международное разделение труда
52. Мировой рынок капиталов
53. Внешняя торговля. Торговый баланс.
54. Мировая валютная система, этапы ее развития
55. Экономическая интеграция и ее формы