

Министерство образования, науки и молодежной политики
Краснодарского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Краснодарского края
«Армавирский механико – технологический техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП. 09. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
для специальности 19.02.09 Технология жиров и жирозаменителей

СОДЕРЖАНИЕ

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности **19.02.09 Технология жиров и жирозаменителей / 19.00.00 Промышленная экология и биотехнология, (базовая подготовка).**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (повышение квалификации и профессиональная подготовка кадров по профилю основных образовательных программ техникума)

1.2 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: дисциплина входит в профессиональный цикл как общепрофессиональная дисциплина.

Данная дисциплина предполагает изучение основ экономической теории, менеджмента маркетинга и подготовку специалистов к пониманию и принятию решений в области организации и управления производством и сбытом продукции на основе экономических знаний применительно к конкретным рыночным условиям, что влияет на экономику государства в целом.

1.3 Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ¹ ПК, ОК, ЛР	Умения	Знания
ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 2.1	- рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.	- основные положения экономической теории; - принципы рыночной экономики; - современное состояние и перспективы развития в области производства мяса и мясных продуктов; - роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - механизмы ценообразования на продукцию (услуги);

¹ Приводятся только коды компетенций общих и профессиональных, которые необходимы для освоения данной дисциплины; также приводятся коды личностных результатов реализации программы воспитания и с учетом особенностей профессии/специальности в соответствии с ОПОП.

<p>ПК.2.2 ПК.2.3 ПК.3.1 ПК.3.2 ПК.3.3 ПК.3.4 ПК.4.1. ПК.4.2. ПК.4.3 ПК.4.4 ПК.4.5 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 9, ЛР 10, ЛР 11</p>		<ul style="list-style-type: none"> - механизмы формирования заработной платы; - формы оплаты труда; - стили управления, виды коммуникаций; - 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 Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальная учебная нагрузки обучающегося 72 часа, в том числе:
обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 48 часов;
самостоятельной работы обучающегося -24 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в т.ч. в форме практической подготовки:	14
 практические занятия	14
 контрольные работы	3
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	24
<i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.09. Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 Основы экономики			
Тема 1.1 Введение. Основные положения экономической теории. Принципы рыночной экономики.	<p>Контрольная работа (входной контроль)</p> <p>Содержание</p> <p>Предмет и задачи курса «Основы экономики, менеджмента и маркетинга». Понятие экономики. Потребности и виды потребностей. Свободные экономические блага общества. Основные экономические проблемы.</p> <p>Производство, как основа функционирования экономики. Воспроизводство, его основные фазы. Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Ограниченность ресурсов. Проблемы экономического выбора. Кривая производственных возможностей.</p> <p>Товар и его свойства. Понятие рынка. Структура рынка. Спрос, закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Предложение, закон предложения. Факторы, влияющие на предложение. Эластичность спроса и предложения. Рыночное равновесие. Механизм рыночного ценообразования. Равновесная цена</p> <p>Конкуренция, ее виды и формы. Монополия ее виды и формы. Антимонополярная политика государства. Основные положения экономической теории. Принципы рыночной экономики.</p>	2	2
Тема 1.2. Современное состояние и перспективы развития отрасли. Организация (предприятия) как	<p>Практическое занятие: Анализ спроса и предложения, рыночного равновесия на рынке.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: подготовить сообщение о проблемах стоящих перед обществом, об ограниченности производственных ресурсов, о проблеме экономического выбора, об обмене товаров, о факторах, влияющих на предложение и спрос, о механизме рыночного ценообразования, о конкуренции и ее видах, об основных направлениях антимонополярной политики.</p> <p>Содержание</p> <p>Отрасль: понятие, роль и значение в системе рыночной экономики. Признаки отрасли, современное состояние, перспективы развития. Материально-технические, сырьевые, трудовые и финансовые ресурсы отрасли, их назначение, характеристика, особенности формирования и эффективного использования. Структура и принципы управления отраслью. Основные экономические показатели развития отрасли в условиях рынка. Роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике</p>	4	2

<p>хозяйствующий субъект рыночной экономики.</p>	<p>Контрольная работа (оперативный контроль). Организация (предприятия): понятия, основные признаки, цели, задачи, функции. Классификация организаций по различным признакам: Организационно - правовые формы предприятия. Основной и оборотный капитал предприятия. Предпринимательство: понятие, сущность, виды. Основные технико-экономические показатели деятельности предприятия. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации</p>	<p>2 1</p>	
	<p>Практическое занятие: <i>Расчет основных технико-экономических показателей деятельности организации.</i> Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: подготовить сообщение о материально-технических, сырьевых, трудовых, финансовых ресурсах отрасли, об организационно-правовых формах предприятия, о проблемах развития и функционирования предприятий в рыночных условиях.</p>	<p>2 4</p>	
<p>Тема 1.3. Ценообразование на продукцию (услуги) предприятия</p>	<p>Содержание Цена: понятие, сущность, функции в рыночных условиях. Классификация цен на товары и услуги. Состав и структура цен. Методика установления рыночных цен на товары. <i>Современное состояние и перспективы развития в области производства мяса и мясных продуктов.</i> Практическое занятие: Составление калькуляции на отдельные виды продукции. Расчет розничной и продажной цены продукции. <i>Рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации. Механизмы ценообразования на продукцию (услуги).</i> Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: подготовить сообщение о методах установления рыночной цены на товар, о торговых надбавках и наценках.</p>	<p>2 2 2</p>	
<p>Тема 1.4 Формирование заработной платы на предприятии</p>	<p>Содержание Заработная плата: понятие, принципы организации. Виды заработной платы. Формы и системы оплаты труда, их разновидности, преимущества и недостатки, область применения. <i>Механизмы формирования заработной платы. Формы оплаты труда</i> Практическое занятие: Расчет заработной платы при различных системах оплаты труда. Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: подготовить сообщение о формах и системах оплаты труда, применяемых на предприятиях отрасли, о формировании фонда оплаты труда, о контроле за расходованием средств на оплату труда.</p>	<p>2 2</p>	
<p>Раздел 2 Основы менеджмента Тема 2.1 Содержание</p>		<p>24 6</p>	

<p>Управленческий цикл: Стили управления.</p>	<p>Основные функции управления, их сущность и взаимосвязь. Сущность, принципы и виды планирования. Стратегическое планирование, его основные этапы. Тактическое и оперативное планирование. Организация и ее задачи. Мотивация. Сущность и виды контроля. Этапы контроля. Стили управления. Подходы в определении стилей управления. <i>Стили управления, виды коммуникаций. Управленческий цикл.</i></p>	<p>1</p>
<p>Практическое занятие:</p>	<p>Деловая игра «Использование различных стилей управления. Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения»</p>	<p>2</p>
<p>Самостоятельная работа обучающихся:</p>	<p>выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: подготовить сообщение о стратегическом, тактическом и оперативном планировании на предприятиях отрасли, о применении теории мотивации в профессиональной деятельности менеджеров, об использовании различных стилей управления менеджерами на предприятиях отрасли.</p>	<p>4</p>

<p>Тема 2.2. Коммуникации в менеджменте и деловое общение. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности</p>	<p>Контрольная работа (рубежный контроль) Содержание Понятие общения и коммуникации. Сущность, элементы, этапы коммуникационного процесса. Виды коммуникаций. Виды делового общения. Принципы делового общения. Правила ведения бесед, совещание, переговоры. Планирование и организация проведения данных мероприятий. Факторы повышения эффективности делового общения. <i>Принципы делового общения в коллективе.</i> Организация работы по управлению предприятием. Управление персоналом. Управление качеством. Методы принятия решений. Качество и работа менеджера. <i>Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.</i> Практическое занятие: Разбор ситуаций по этике взаимоотношений и психологии контакта. Составить план беседы, совещания. Составить план проведения переговоров. Составить протокол совещания. Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: подготовить сообщение о межличностных и организационных коммуникациях, их совершенствовании на предприятиях отрасли, о технике телефонных переговоров, о правилах ведения бесед, совещаний, переговоров, о построении организационных структур управления на предприятиях отрасли, о мероприятиях по улучшению качества работы менеджеров.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>
<p>Раздел 3 Основы маркетинга</p>	<p>Содержание Понятие: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, ее цели и задачи.</p>	<p>12</p> <p>2</p> <p>2</p>

<p>Понятия маркетинга</p>	<p>Межпредметные связи с другими дисциплинами: Цели, задачи, функции, принципы маркетинга. Классический комплекс маркетинга, его элементы. Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке. Объекты, субъекты, окружающая среда маркетинга. Основные виды маркетинга по сфере применения. Формы, адаптации, производства и сбыта к рыночной ситуации. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом. Практическое занятие: Анализ окружающей среды маркетинга организации. <i>Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг</i></p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	
	<p>Самостоятельная работа обучающихся: выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: подготовить сообщение о проблемах продвижения на рынке продукции и услуг отрасли, о методах исследования рынка и формировании маркетинговых стратегий.</p>	<p>4</p>	
	<p>Всего:</p>	<p>72</p>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1.ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2.репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Социально-экономических дисциплин»

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя;
комплект учебно-наглядных пособий «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»; сборники задач по дисциплине «Основы экономики, менеджмента и маркетинга».
Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Е.Л. Драчева Менеджмент – М.: Академия, 2010, 2017
2. Г.Б. Казначевская Менеджмент.- Ростов: Феникс, 2013
3. Гомола А.М. Экономика для профессий и специальностей социально-экономического профиля. - М.: Академия, 2011,2019
4. Грибов В.Д. Экономика организации, Москва, Кнорус, 2016
5. Базаров Т.Ю. Управление структурным подразделением, Москва, Академия, 2013
6. Е.Л. Драчева Менеджмент. Практикум М.: Академия, 2017
7. Г.Б. Казначевская Менеджмент.- М.: КНОРУС, 2016
8. С.И. Белоусова Маркетинг. -Ростов:Феникс, 2013
9. Мурахтанова Н.М. Маркетинг. - М.: Академия, 2012, 2016
10. Барышев А.Ф. Маркетинг. - М.: Академия, 2012, 2017
11. Е.Л. Драчева Менеджмент, Москва, Академия. 2017

Дополнительные источники:

1. Андропова Н. Л., Макаров Н. В., Андропова И. Ю. Кадровый менеджмент. – М.: Издательский центр «Академия», 2013
2. Белоусова С.И. Маркетинг. – Ростов н/Д: Феникс, 2013
3. Барышев А. Ф. Маркетинг: Учебник. – М.: Издательский центр «Академия», 2005
4. Басовский Л.Е. Маркетинг: учебное пособие, М.: ИНФРА - М, 2014
5. Власова В. М. Основы предпринимательской деятельности: Маркетинг: Учебное пособие, - М.: Издательский Дом «Дашков и К⁰», 2013
6. Волков О. И. Скляренко В.К. Экономика предприятия. – М.: ИНФРА-М, 2012
7. Воронин В.Г. Менеджмент в пищевой промышленности. – М.: Колос, 2013
8. Грузинов В.П. и др. Экономика предприятия: Учебник для вузов/ Под ред. Проф. В.П. Грузинова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2014
9. Горфинкель В.Я., Швандар В.А. Экономика организаций. М.: ЮНИТИ, 2012

10. Грузинов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2014
11. Гордеев А.В. и др. Экономика предприятия пищевой промышленности. Учебник. 2-е изд., испр. И доп. – М.: Агроконсалт, 2014
12. Голиков Е.А. «Маркетинг и логистика» Учебно-практическое пособие. М., 2013.
13. Государственное регулирование экономики. Учебник. Под ред. Морозовой Г.Г. М. 2012
14. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия. Учебное пособие + практикум, М. 2014
15. Дубровин И. А., Есина А. Р., Стуканова И. П. Экономика и организация производства. Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012
16. Зайцев И.Л. Экономика промышленного предприятия. Практикум: Учебное пособие. – 3-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2014
17. Кабушкин М.И. Основы менеджмента: Учебное пособие - 5-е издание, стереотип: - Мн.: Новое знание, 2014
18. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2013
19. Лопарева А.М. «Экономика организации (предприятия): Учеб. – метод, комплекс и Рабочая тетрадь. – Финансы и статистика; ИНФРА – М, 2014
20. Магомедов М. Д., Заздравных А. В. Экономика отраслей пищевых производств: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014
21. Мамедов О.Ю. Современная экономика. Ростов н/Д: Феникс, 2013
22. Морозов Ю. В. Основы маркетинга: : Учебное пособие, - М.: Издательский Дом «Дашков и К⁰», 2012
23. Мурахтанова Н. М. Маркетинг: Учебное пособие. Издательский центр "Академия", 2013
24. Наумова Л. М. Прикладной маркетинг в деятельности фирмы: учебное пособие, - М.: Издательство Элит, 2014
25. Нуриев Р.М. Курс микроэкономики. Учебник для ВУЗов. М.: Норма, 2014
26. Филатов О.К., Маргулис Е.И., Рябова Т.Ф. Экономика предприятий пищевой промышленности. – М.: Гуманитарный центр «Монолит», 2013
27. Пивоваров С.Э. «Международный менеджмент»-СПб.: Питер, 2013
28. Попова А.А. "Менеджмент: практикум" - Ростов: Феникс, 2013
29. Романенко С. Н. Маркетинг. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2014
30. Слагода В. Г. Основы экономической теории: Учебник. – М. : ФОРУН ИНФРА – М, 2014
31. Сафронов Н.А. Экономика предприятия. – М.: Юрист, 2014
32. Сафронов Н.А. Экономика организации (предприятия): Учебник для специальных учебных заведений. – М.: Экономистъ, 2013
33. Склиаренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах.). М.: Инфра – М, 2013
34. Смирнова Г.Б. Менеджмент. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2013
35. Сергеев И.В. Экономика предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2014

36. Справочник директора предприятия./ Под ред. Лапусты М.Г. – М.: ИНФРА – М, 2014
37. Тимофеев М. И. Маркетинг, Учебное пособие: М.: Издательство РИОР, 2014
38. Чуев И.Н., Чуева Л.Н. Экономика предприятия. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2013
39. Чечевицына Л. Н. Практикум по экономике предприятия. – Ростов н/Д: Феникс, 2013
40. Чечевицына Л.Н. Микроэкономика. Экономика предприятия (фирмы). – Ростов н/Д: Феникс, 2013
41. Чуев И.Н., Чечевицына Л.Н. Экономика предприятия. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2013
42. Экономика предприятия (фирмы). Учебник под ред. проф. О.И.Волкова и доц. О.В. Девяткина – М.:ИНФРА – М, 2014
43. Экономика предприятия. Учебник для вузов; под ред. Горфинкеля В.Я., Швандара В.А. –М.:ЮНИТИ – ДАНА, 2014

Отечественные журналы:

1. Журнал Менеджмент, маркетинг. Гл. редактор Василий Багданов. Журнал зарегистрирован по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-24852 от 4 июля 2012 г.
2. Журнал Экономика и управление. Главный редактор Гневко В. А. Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций 02. 12. 2013 г. ПИ № ФС 77-34634
3. Журнал АПК: экономика, управление, ежемесячный теоретический и научно-практический журнал. Гл. редактор И. Г. Ушачев
4. Журнал Вопросы экономики. Всероссийское экономическое издание. Ред. коллегия: О. И. Ананьев и др.

Интернет – ресурсы:

1. Образовательный портал: [http\\www.edu.sety.ru](http://www.edu.sety.ru)
2. Образовательный портал: [http\\www.edu.bd.ru](http://www.edu.bd.ru)
3. Консультант плюс, Гарант: <http://www.garant.ru>

3.3 Требования к организации образовательного процесса

При изучении дисциплины обучающийся должен обладать профессиональными и общими компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по дисциплине ОП. 09. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА по специальности 19.02.09 Технология жиров и жирозаменителей, составленную преподавателем ГБПОУ КК АМТТ Вербниковой И.А.

Рабочая программа по дисциплине ОП. 09. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА составлена в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальностям технолог.

В программе поэтапно предлагается изучение основных принципов функционирования централизованных и децентрализованных финансов, органов, осуществляющих финансовую деятельность и финансовый контроль. Большое внимание уделяется рынку ценных бумаг как основному элементу финансового рынка страны. В программе предлагаются методы активизации учебного процесса, проведение семинаров, деловых игр с использованием проблемных ситуаций.

В результате освоения дисциплины ОП. 09 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА 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.

знать:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития в области производства мяса и мясных продуктов;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- механизмы формирования заработной платы;
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникаций;
- 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.

Программа предусматривает максимальную учебную нагрузку обучающихся в объеме 72 часов, в том числе: обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося – 48 часов.

Программой предусмотрена теоретическая и практическая подготовка.

В данной программе рассматриваются вопросы, касающиеся основных разделов данной дисциплины.

Язык и стиль изложения рабочей программы грамотный, научный. Терминология соответствует содержанию и характеру дисциплины.

Содержание рабочей программы соответствует в полной мере современному уровню развития науки, техники и производства.

Заключение:

Рабочая программа по дисциплине ОП. 09 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 19.02.09 Технология жиров и жирозаменителей.

Рекомендуется для использования в других образовательных учреждениях среднего профессионального образования.

Рецензент:

Литвинова А.В. начальник ДО № 007/1003 филиала Банка ГПБ (АО) «Южный», квалификация по диплому «Бухгалтер» специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»



Содержит сведения об авторе и о
образовании

Литвинова А.В. начальник ДО
диплому «Бухгалтер» специальности

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по дисциплине

ОП. 09. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

по специальности 19.02.09 Технология жиров и жирозаменителей,

составленную преподавателем ГБПОУ КК АМТТ Вербниковой И.А.

Рабочая программа по дисциплине ОП. 09. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА составлена в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальностям технолог.

В программе поэтапно предлагается изучение основных принципов функционирования централизованных и децентрализованных финансов, органов, осуществляющих финансовую деятельность и финансовый контроль. Большое внимание уделяется рынку ценных бумаг как основному элементу финансового рынка страны. В программе предлагаются методы активизации учебного процесса, проведение семинаров, деловых игр с использованием проблемных ситуаций.

В результате освоения дисциплины ОП. 09 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА 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.

знать:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития в области производства мяса и мясных продуктов;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- механизмы формирования заработной платы;
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникаций;
- 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.

Программа предусматривает максимальную учебную нагрузку обучающихся в объеме 72 часов, в том числе: обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося – 48 часов.

Программой предусмотрена теоретическая и практическая подготовка.

В данной программе рассматриваются вопросы, касающиеся основных разделов данной дисциплины.

Язык и стиль изложения рабочей программы грамотный, научный. Терминология соответствует содержанию и характеру дисциплины.

Содержание рабочей программы соответствует в полной мере современному уровню развития науки, техники и производства.

Заключение:

Рабочая программа по дисциплине ОП. 09 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 19.02.09 Технология жиров и жирозаменителей.

Рекомендуется для использования в других образовательных учреждениях среднего профессионального образования.

Рецензент:

Мовчан Вера Анатольевна, главный экономист ГБУЗ «Психоневрологический диспансер 2» Квалификация по диплому «Экономист» специальность «Бухгалтерский учет и аудит».



В.А. Мовчан
личная подпись