

Государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение Пензенской области
«Пензенский колледж транспортных технологий»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины **ОП.09. Основы экономика, менеджмента и
маркетинга**

код специальности **23.02.01 Организация перевозок и управление на
транспорте (по видам)**

Пенза, 2022

Рабочая программа дисциплины ОП.09 Основы экономики, менеджмента и маркетинга разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 23.02.01 Организация перевозок и управление на транспорте (по видам).

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА

на заседании ЦМК социально-гуманитарных
и общепрофессиональных дисциплин

Председатель ЦМК

 / О.И. Копьева

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УПР

 / Н.Ю. Бобков

Протокол № 1 от « 01» сентября 2022 г.

« 01» сентября 2022 г.

ОРГАНИЗАЦИЯ – РАЗРАБОТЧИК: Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение Пензенской области
«Пензенский колледж транспортных технологий»

РАЗРАБОТЧИК

преподаватель Крахмаль К.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

(наименование дисциплины)

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «ОП 09. Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 23.02.01 «Организация перевозок и управление на транспорте (по видам)».

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины обучающийся должен уметь:

- рассчитывать основные экономические показатели деятельности организации;
- оценивать эффективность деятельности организации;
- определять материально-технические, сырьевые, трудовые и финансовые ресурсы организации, показатели их эффективного использования;
- знать:
- современное состояние и перспективы развития отрасли, организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- организационно-правовые формы организаций;
- перечень и характеристику материально-технических, сырьевых, финансовых ресурсов, показатели их эффективного использования, производственную, организационную структуру и инфраструктуру организаций;
- перечень основных и оборотных средств, нормы и правила оплаты труда, производственные программы и мощность, ценообразование, экономические показатели хозяйственной деятельности, оценку ее эффективности;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- формы оплаты труда.

Требования к результатам освоения дисциплины:

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.

В процессе освоения УД обучающиеся должны овладеть общими компетенциями (ОК):

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 06 - Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения

ОК 09 - Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 10 - Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках.

ОК 11 - Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

В результате изучения УД обучающиеся должны формировать личностные результаты (ЛР):

ЛР 2.2 - Экономически активный

ЛР 2.3 - Участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций

ЛР 13 - Принимающий и понимающий цели и задачи социально-экономического развития Московской области, готовый работать на их достижение, стремящийся к повышению конкурентоспособности Московской области в национальном и мировом масштабах

ЛР 15 - Стремящийся к саморазвитию и самосовершенствованию, мотивированный к обучению, к социальной и профессиональной мобильности на основе выстраивания жизненной и профессиональной траектории. Демонстрирующий интерес и стремление к профессиональной деятельности в соответствии с требованиями социально-экономического развития Московской области

ЛР 17 - Осознающий ценности использования в собственной деятельности инструментов и принципов бережливого производства

ЛР 19 - Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

ЛР 24 - Обладающий принципами и практиками бережливого производства, способствующий продвижению положительной репутации организации

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка	54
Обязательная учебная нагрузка	54
в том числе:	
теоретическое обучение	36
практические и лабораторные работы	
внеаудиторная самостоятельная работа	18
Дифференцированный зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

<i>Наименование разделов и тем</i>	<i>Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся</i>	<i>Уровень освоения</i>	<i>Объем часов</i>	<i>Осваиваемые элементы компетенций</i>
Раздел 1. Основы экономики.			4/36	
1. Понятие экономики, типы экономических систем.	1. Понятие экономики. Предмет, методы, функции, структура, взаимосвязь с другими науками. Производство как процесс создания полезного продукта. Факторы производства, их классификация. Производственные возможности общества и ограниченность ресурсов.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
2. Спрос и предложение. Равновесная цена.	1. Рынок, понятие и виды, инфраструктура и конъюнктура рынка, элементы рыночного механизма (спрос и предложение, рыночные цены, конкуренция). Монополия, антимонопольное законодательство. Закон спроса и предложения. Факторы, влияющие на спрос и предложение. Рыночное равновесие. Равновесная рыночная цена. Эластичность спроса и предложения.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
3. Типы конкуренции	1. Характерные черты типов конкуренции. Экономическая конкуренция. Позитивные и негативные черты конкуренции.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
4. Налоги. Виды налогов. Инфляция. Типы инфляции.	1. Основные системы налогообложения. Основные принципы налогообложения. Функции налогов. Совокупность налогов в Российской Федерации.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
Раздел 2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности			6/36	
5. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	1. Функции и виды предпринимательства. Организационно-правовые формы собственности: хозяйственные товарищества; хозяйственные общества; производственные кооперативы; унитарные предприятия. На практике используются такие виды ОПФ коммерческих образований: общества, товарищества, унитарные предприятия, кооперативы. Кооператив, общественная организация, различные фонды, товарищества, ассоциации. Критерии выбора организационно правовой формы.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16

6. АО. ПАО.	1. История. Характеристика. Ответственность ПАО. Права и обязанности акционеров ПАО. Особенности акционерного общества. Юридические признаки акционерного общества.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
7. Коммерческие и некоммерческие организации	1. Коммерческие организации: товарищества полные и на вере; хозяйственные партнерства; крестьянские (фермерские) хозяйства; хозяйственные общества — ООО, ПАО, НАО; производственные кооперативы, их еще называют артели. Некоммерческие организации: общественные и религиозные организации; благотворительные фонды; некоммерческие партнерства; казачьи общества; бюджетные учреждения.	2,3	1	ОК1-11 ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
8. Объединения юридических лиц: ассоциации и союзы	Виды ассоциаций и союзов. Виды общественных организаций ГК. Виды общественных объединений ФЗ. Виды общественных организаций в России. Кто регистрирует общественные объединения. Чем отличается общественная организация от некоммерческой организации.	2,3	1	ОК1-11 ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
9. Государственные и муниципальные унитарные предприятия.	Государственные и муниципальные унитарные предприятия. Уставный фонд предприятия. Имущество предприятия. Устав унитарного предприятия. Правоспособность унитарного предприятия.	2,3	1	ОК1-11 ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
10. Общественные и религиозные организации и объединения	Общественное объединение. Общественные организации. Общественные движения. Общественные фонды. Общественные учреждения. Органы общественной самодеятельности. Политические партии. Религиозная организация. Некоммерческие партнерства.	2,3	1	ОК1-11 ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
Раздел 3.	Себестоимость, прибыль и рентабельность-основные показатели деятельности предприятия		4/36	
11. Себестоимость, цена, прибыль предприятия	1. Понятие себестоимости продукции. Издержки на производство и реализацию. Издержки. Классификация затрат. Ценообразование. Прибыль и рентабельность.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16

12. Рентабельность как основной показатель деятельности организации (предприятия)	1.Рентабельность собственного капитала. Валовая рентабельность = Валовая прибыль / Выручка. Рентабельность продаж. Прибыль / Выручка, выручка от основной деятельности, себестоимость продаж, валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистая прибыль.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
13. Издержки производства и реализации продукции	1. Расходы производства: материальные затраты; оплату труда; отчисления на социальные нужды; амортизацию; прочие расходы. По статьям калькуляции (статьям расходов):сырье и материалы; покупные комплектующие изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера; возвратные отходы (вычитаются);топливо и энергия на технологические нужды; заработная плата производственных рабочих; налоги и отчисления в бюджет от заработной платы производственных рабочих; отчисления на социальное страхование; расходы на подготовку и освоение производства; цеховые расходы; общепроизводственные расходы; общехозяйственные расходы; внепроизводственные (коммерческие расходы).По экономической роли в процессе производства: основные, накладные. Основные затраты. Накладные расходы. Затраты: прямые, косвенные. Реализация продукции.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
14.Классификация затрат производства.	Классификация затрат по степени контроля. Классификация затрат уровню эффективности. Смета затрат на производство. Коэффициент нарастания затрат. Текущие затраты. Издержки производства и обращения. Затраты предприятия, их характеристика и классификация. Затраты на одну денежную единицу товарной продукции. Затраты на производство и продажу. Постоянные затраты. Экономическая сущность понятий «затраты» и «прибыль». Переменные затраты.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
Раздел 4.	Основы менеджмента		4/36	

15. Понятие менеджмента. Субъекты и объекты менеджмента	Система взаимодействия и взаимоотношений объекта и субъекта менеджмента. Научные основы менеджмента. Субъекты и объекты менеджмента. Сущность и значение управления. Управление и менеджмент. Категории менеджмента.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
16. Модели и принципы менеджмента	Принципы менеджмента. Модели менеджмента. Предмет менеджмента. Объект менеджмента. Цель менеджмента. Виды менеджмента. Основные принципы менеджмента.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
17. Задачи менеджмента	Цели, задачи и функции менеджмента. Функции целей. Принципы менеджмента.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
18. Самоменеджмент	Понятие самоменеджмента. Контроль. Самоменеджмент — условие личного и профессионального успеха. Самоменеджмент (или таймменеджмент) — техника правильного использования времени. Основные правила планирования времени.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
Раздел 5.	Основы маркетинга		4/36	
19. Цели и задачи маркетинга	Функции маркетинга, цели и задачи. Цели маркетинга. Рыночные цели. Задачи. Функция продаж.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
20. Основы современного маркетинга	Цели современного маркетинга. 5 правил современного маркетинга. Инструменты современного маркетинга. Виды современного маркетинга. Технологии современного маркетинга.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
21. Виды маркетинга	По сфере применения: потребительский, промышленный, инвестиционный, инновационный и маркетинг услуг. По сегментам: рекламный, корпоративный, финансовый, промышленный и маркетинг в ритейле. По типу рекламного взаимодействия: офлайн-, онлайн- и мобильный маркетинг.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
22. На что нацелен маркетинг и как	Суть маркетинговой деятельности. Основные функции маркетинговой деятельности предприятия. 9 задач	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5

<i>применяется в бизнесе</i>	маркетинговой деятельности предприятия. Инструменты маркетинговой деятельности предприятия. Направления маркетинговой деятельности предприятия. Выбор стратегии и планирование маркетинговой деятельности предприятия.			<i>ЛР 13,14.16</i>
Раздел 6.	<i>Организация рабочих процессов</i>		4/36	
23. Понятие рабочих процессов	Рабочий процесс. Три основных преимущества чётких рабочих процессов. Прозрачность в реальном времени. Согласованность действий внутри коллектива и между разными командами. Повышение эффективности работы.	1,2	1	<i>ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16</i>
24. Важность рабочих процессов	Что такое рабочие процессы? Семь простых шагов для начала работы. Три основных преимущества чётких рабочих процессов. Состав вспомогательных процессов. Согласованность действий внутри коллектива и между разными командами. Повышение эффективности работы. Рабочие процессы и управление бизнес-процессами.	2,3	1	<i>ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16</i>
25. Преимущества четких рабочих процессов	Преимущества и недостатки процессного подхода. Суть процессного подхода к управлению. Процессное управление на примерах: смотрим и учимся. Источники информации.	2,3	1	<i>ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16</i>
26. Согласованность действий внутри коллектива и между разными командами	Условия формирования сплоченной команды. Как формируется сплоченная команда. Инструменты сплочения команды. Мероприятия для сплочения команды. Примеры лучшей корпоративной культуры.	1,2	1	<i>ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16</i>
Раздел 7.	<i>Изучение потребителей, товар в системе маркетинга, ценовая и сбытовая политика</i>		4/36	
27. Понятие цены и ценообразования в системе маркетинга	Принципы ценообразования и функции цены. Система цен и их классификация. Рыночный механизм ценообразования. Ценовые стратегии фирмы. Методы ценообразования и ценовая политика предприятия.	1,2	1	<i>ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16</i>
28. Сбытовая политика маркетинга	Сбытовая сеть. Посредники и контрагенты. Коммерческие потоки распределения. Сбытовые стратегии на рынке. Эффективность сбыта. Основная цель сбытовой политики в маркетинге.	2,3	1	<i>ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16</i>

29. Маркетинговые исследования	Маркетинговые исследования. Цель маркетингового исследования. Исследование рекламы. Анализ рынка. Исследование конкурентов. Анализ потребителей Анализ потенциала бизнеса.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
30. В каких случаях требуются исследования потребителей	Что такое исследование потребителей на рынке товаров и услуг. В каких случаях требуются исследования потребителей. Что можно узнать благодаря маркетинговым исследованиям целевой аудитории — анализ результатов. Направления изучения потребителей. Методы изучения потребителей. Качественные методы изучения аудитории в маркетинге. Количественные методы изучения потребителей в маркетинге. Распространенные ошибки при проведении маркетинговых исследований. Пошаговый план самостоятельного исследования потребителей: алгоритм действий.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
Раздел 8.	Актуальность маркетинга в современной жизни		6/36	
31. Маркетинг как активный процесс	Роль маркетинга в компании и в рыночной экономике. Идеологические основы маркетинга. Принцип приоритета потребителя. Области маркетинга. Два лица маркетинга.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
32. Основные концепции маркетинга	Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий (ориентация на сбыт). Концепция маркетинга (или ориентация на потребителя). Концепция социально-этичного маркетинга (или ориентация на общество).	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
33. Роль маркетинга в современной предпринимательской деятельности	Роль маркетинга в современной предпринимательской деятельности. Сущность, функции и определение маркетинга. Исследование рынка. Спрос, сбыт и реклама. Концепция маркетинга. Управление маркетингом. Процесс маркетинга.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16

34. Состояние и перспективы развития маркетинговой деятельности в России	Становление маркетинга в России. Современное состояние маркетинговой деятельности в России. Основные проблемы развития российского маркетинга. Перспективы развития маркетинга в России.	1,2	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
35. Актуальность и сферы применения маркетинга	Сбытовая политика в системе маркетинга. Реклама в системе маркетинга. Сетевой маркетинг. Международный маркетинг. Маркетинг в современной жизни.	2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
36. Итоговая проверочная работа		2,3	1	ОК1-11 ПК 1.1-4.5 ЛР 13,14.16
Итого			36/36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы предполагает наличие учебных кабинетов социально-экономических дисциплин;

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

оборудование учебного кабинета:

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

доска учебная;

рабочее место для преподавателя;

рабочие места по количеству обучающихся;

шкафы для хранения муляжей (инвентаря), раздаточного дидактического материала и др.;

Технические средства обучения: компьютер; средства аудиовизуализации; наглядные пособия (DVD фильмы, мультимедийные пособия).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники (печатные издания):

1. Российская Федерация. Законы. Трудовой кодекс Российской Федерации: федер. закон: [принят Гос.Думой 21 дек. 2001 г.: по состоянию на 26 апр. 2016 г.]. М.: Рид Групп, 2016. – 256 с. – (Законодательство России с комментариями к изменениям).
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации: офиц. текст: [по сост. на 1 мая. 2016 г.]. М.: Омега-Л, 2016. – 688с. – (кодексы Российской Федерации).
3. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации: [федер. закон: принят Гос.Думой 16 июля 1998 г.: по состоянию на 1 янв. 2016 г.]. М.: ЭЛИТ, 2016- 880с. (кодексы Российской Федерации).
4. Драчева Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент: учебник для сред.проф. образования / Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 304 с.
5. Жабина С.Б., Бурдюгова О.М., Колесова А.В. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: учебник для студентов СПО/ С.Б. Жабина, О.М. Бурдюгова, А.В. Колесова. 3-е изд. Стер.- М.: Издательский центр «Академия», 2015. – 336 с.
6. Носова С.С. Основы экономики: учебник СПО. / С.С. Носова. - Москва :КноРус, 2015. - 312 с.

(электронные издания)

7. [http:// www. Management-Portal.ru](http://www.Management-Portal.ru)
8. [http:// www. Economi.gov.ru](http://www.Economi.gov.ru)
9. [http:// www. Minfin.ru](http://www.Minfin.ru)
10. <http://www.aup.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
Знания: – 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; – этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения; – виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией ресторанного бизнеса и методы определения эффективности их использования; – понятие и виды товарных запасов, понятие товарооборачиваемости, абсолютные и относительные показатели измерения товарных запасов, методику анализа товарных запасов предприятий; – документы, используемые в кладовых предприятия; товарную книгу, списание товарных потерь, отчет материально - ответственных лиц, – учет реализации продукции собственного производства и полуфабрикатов; – понятия «производственная мощность» и «производственная программа предприятия», их содержание, назначение, факторы формирования производственной программы; – требования к реализации продукции сельского хозяйства; – количественный и качественный состав персонала организации;	<i>Полнота ответов, точность формулировок, не менее 70% правильных ответов.</i> <i>Не менее 75% правильных ответов.</i> <i>Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии</i> <i>Полнота ответов, точность формулировок, не менее 70% правильных ответов.</i> <i>Не менее 75% правильных ответов</i>	Текущий контроль при проведении: -письменного/устного опроса; -тестирования; -оценки результатов внеаудиторной (самостоятельной) работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований и т.д.)

– показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях сельскохозяйственной отрасли, понятие нормирования труда; – формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы; – механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций ; – основные показатели деятельности предприятий 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 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 организации (комплекс маркетинга);		
--	--	--

– организацию управления маркетинговой деятельностью в организации сельского хозяйства.		
– участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации , 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; – проводить инвентаризацию на предприятиях; – пользоваться нормативной документацией и оформлять и учетно-отчетную документацию (заполнять договора о материальной ответственности, доверенности на получение материальных ценностей, вести товарную книгу кладовщика, списывать товарные потери, заполнять инвентаризационную опись; оформлять поступление и передачу материальных ценностей, документацию по контролю наличия запасов на производстве); – оценивать имеющиеся на производстве запасы в соответствии с требуемым количеством и качеством, рассчитывать и анализировать изменение показателей товарных запасов и товарооборачиваемости, использовать программное обеспечение при контроле наличия запасов – вести учет реализации готовой продукции и полуфабрикатов; – калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией – рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией ресторанного бизнеса в бюджет и в государственные внебюджетные фонды,	<i>Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, точность расчетов, соответствие требованиям.</i> <i>-Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д.</i> <i>-Точность оценки</i> <i>-Соответствие требованиям инструкций, регламентов</i> <i>-Рациональность действий и т.д.</i> <i>-Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д.</i> <i>-Точность оценки</i> <i>-Соответствие требованиям инструкций, регламентов</i> <i>-Рациональность действий и т.д.</i> <i>Правильное выполнение заданий в полном объеме</i>	Текущий контроль: - защита отчетов по практическим занятиям; - экспертная оценка демонстрируемых умений, выполняемых действий в процессе практических занятий Промежуточная аттестация: в форме экзамена по дисциплине в виде: - письменных/ устных ответов, - тестирования. - экспертная оценка выполнения практических заданий на экзамене

– 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 для организации – анализировать возможности организации в области выполнения планов по производству и реализации на основании уровня технического оснащения, квалификации сотрудников; – прогнозировать изменения на рынке сельского хозяйства; – анализировать спрос на товары и услуги организации сельского хозяйства; – грамотно определять маркетинговую политику организации сельского хозяйства (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке); – проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений потребителей		
--	--	--