

Министерство образования и науки Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
Ивановский филиал  
Среднее профессиональное образование

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

учебной дисциплины

**ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

Специальность 19.02.10 «Технология продукции общественного питания»

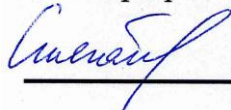
(на базе основного общего образования)

**СОГЛАСОВАНО:**

Кафедра  
Экономики и  
прикладной информатики

Протокол № 1  
от «30» 08 2017 года

Зав. кафедрой



С.М. Степанова

Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 19.02.10 «Технология продукции общественного питания»

Начальник отделения СПО



Подпись

Н.П.Кочеткова

Инициалы Фамилия

Составитель (автор): Усанова И.Н., преподаватель отделения СПО, Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Рецензент:

Луховская О.К., д.э.н., профессор, Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>стр. 4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>6</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>12</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## Основы экономики, менеджмента и маркетинга

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью примерной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО

19.02.10 «Технология продукции общественного питания», Квалификация-техник-технолог, УГС – 19.00.00 Промышленная экология и биотехнологии

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована для профессиональной переподготовки в ФГБОУ ИФ РГТЭУ по программе «Экономика и управление на предприятии»

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** профессиональный цикл:  
общепрофессиональная дисциплина (ОП.07.)

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОК 1.-9., ПК 1.1.-1.3., ПК 2.1.-2.3., ПК 3.1.-3.4., ПК 4.1.-4.4., ПК 5.1.-5.2., ПК 6.1.-6.5.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

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

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;
- адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации

### 1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 250 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 167 часов;

самостоятельной работы обучающегося 83 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	250
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	167
в том числе:	
теоретические занятия	140
практические занятия	27
контрольные работы	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	83
в том числе:	
Самостоятельное изучение разделов дисциплины, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников, учебных пособий, подготовка к контрольным работам, выполнение заданий, подготовка к текущей аттестации	83
<i>Итоговая аттестация в форме <u>дифференцированного зачета</u> 5,6 семестр, 4 семестр контрольная работа</i>	

## 2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины Основы экономики, менеджмента и маркетинга Наименование

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
<b>ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ</b>				
<b>Раздел I. Экономика и её роль в жизни общества</b>			<b>12</b>	
<b>Тема 1 Назначение и структура экономики</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	1.1.	Экономика как хозяйственная деятельность и как наука о такой деятельности.	1	2
	1.2.	Потребности общества и виды благ, необходимые для жизни людей.	1	2
	1.3.	Факторы производства.	1	2
<b>Тема 2 Собственность и её виды</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	1.4.	Изучение лекционного материала, анализ дополнительной литературы.	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	2.1.	Собственность- как основа социально-экономических отношений между людьми. Основные типы собственности	2	1,2
<b>Тема 3 Организация хозяйственной жизни</b>	2.2.	Государственный сектор национальной экономики и его социально-экономическая роль.	1	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	2.3.	Реферативная работа на тему: Структура отношений собственности в России в начале 21 века.	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
<b>Раздел II. Микроэкономика</b>	3.1.	Кооперация труда, разделение труда и их эффективность.	1	2
	3.2.	Типы организации хозяйства: натуральное и товарное производство	1	2
			<b>20</b>	
<b>Тема 1 Структура микроэкономики</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	1.1.	Составные части микроэкономики. Домашнее хозяйство. Предприятие.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
<b>Тема 2 Рынок</b>	1.2.	Изучение лекционного материала.	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	2.1.	Рынок как форма экономических связей между специализированными и обособленными товаровладельцами.	1	2
	2.2.	Механизм рыночного ценообразования.	1	2
	<b>Практическое занятие:</b>			
	2.3.	Определение равновесной цены.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
<b>Тема 3 Конкуренция и монополия</b>	2.4.	Изучение лекционного материала.	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	3.1.	Конкуренция: её сущность и формы	2	2
	3.2.	Причины образования и виды монополий.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
<b>Тема 4 Экономические основы бизнеса</b>	3.3.	Изучение лекционного материала	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	4.1.	Коммерческое предпринимательство. Коммерческий расчёт.	1	2
	4.2.	Основной и оборотный капитал. Амортизация и обновление основного капитала.	1	2
	<b>Практическое занятие:</b>			

	4.3.	Расчет амортизации основных фондов.	2	
<b>Раздел III. Распределение доходов в бизнесе.</b>			<b>12</b>	
<b>Тема 1 Распределение доходов в микроэкономике</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	1.1.	Заработная плата и определяющие её факторы.	1	2
	1.2.	Образование и распределение прибыли фирмы. Процент. Рента	1	2
	<b>Практическое занятие:</b>			
	1.3.	Расчет заработной платы	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	1.4.	Реферативная работа на тему: Роль форм вознаграждения за труд в стимулировании деятельности рабочих и специалистов.	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
<b>Тема 2 Государственное перераспределение доходов</b>	2.1.	Первичное распределение доходов в свободной рыночной экономике: положительные черты и недостатки.	1	2
	2.2.	Вторичное распределение государством доходов физических и юридических лиц. Государственное регулирование социально-экономических отношений.	1	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	2.3.	Изучение лекционного материала.	2	
<b>Тема 3 Налоговая система</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	3.1.	Виды налогообложения физических и юридических лиц.	2	2
<b>Раздел IV. Макроэкономика</b>			<b>20</b>	
<b>Тема 1 Структура экономики страны</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	1.1.	Особенности типа собственности, кооперации и разделения труда, форм организации хозяйства и управления в государственном секторе страны.	1	2
	1.2.	Новые показатели макроэкономики и национальные счета.	1	2
	<b>Практическое занятие:</b>			
	1.3.	Расчёт основных макроэкономических показателей	2	
	1.4.	Расчет основных макроэкономических показателей	1	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
<b>Тема 2 Экономический рост национального хозяйства</b>	1.4.	Изучение лекционного материала.	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	2.1.	Цели и факторы роста национального хозяйства.	1	2
	2.2.	Экстенсивный и интенсивный тип расширенного воспроизводства. Смешанный тип экономического роста.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
<b>Тема 3 Неустойчивость и равновесие макроэкономики</b>	2.3.	Изучение лекционного материала	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	3.1.	Безработица и занятость. Причины и виды безработицы	1	1,2
	3.2.	Инфляция и устойчивость денежного обращения	1	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
<b>Тема 4 Регуляторы национального хозяйства</b>	3.3.	Реферативная работа на тему: «Безработица в России»	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	4.1.	Рыночное саморегулирование. Государственное управление национальным хозяйством	1	2
	4.2.	Смешанная система управления национальной экономикой	1	2

<b>Тема 5</b> <b>Финансы и денежно-кредитная политика</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	5.1.	Финансы и их роль в регулировании экономики. Государственный бюджет: его доходы и расходы	1	2
	5.2.	Денежно-кредитная система	1	2
<b>Раздел V. Современная мировая экономика</b>			<b>11</b>	
<b>Тема 1</b> <b>Мировое хозяйство на рубеже XX-XXI столетий</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	1.1.	Этапы возникновения и развития мировой экономики.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
<b>Тема 2</b> <b>Мировой рынок товаров, услуг и валют.</b>	1.2.	Изучение лекционного материала	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	2.1.	Причины и формы развития международной торговли.	1	2
	2.2.	Мировая валютная система. Валютный курс.	1	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
<b>Тема 3</b> <b>Глобализация мировой экономики</b>	2.3.	Изучение лекционного материала.	2	
	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	3.1.	Сущность и современные тенденции глобализации мировой экономики.	1	2
	3.2.	Глобальные проблемы.	1	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	3.3.	Изучение лекционного материала	1	
	<b>Контрольная работа</b>		2	
			<b>76</b>	
<b>ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА</b>				
<b>Раздел I. Содержание и понятие менеджмента. Функции менеджмента.</b>			<b>10</b>	
<b>Тема 1</b> <b>Содержание и понятие менеджмента. Цели и задачи менеджмента.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	1.1.	Сущность менеджмента и его значение.	1	2
	1.2.	Цели и задачи менеджмента.	1	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	1.3.	Реферативная работа на тему: Причины появления менеджмента и его значение для общества.	2	
<b>Тема 2</b> <b>Функции менеджмента.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	2.1.	Процесс менеджмента.	1	2
	2.2.	Роль менеджера в организации.	1	2
	<b>Практическое занятие:</b>			
	2.3.	Критерии успеха организации. Процесс менеджмента.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	2.4.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Раздел II. Внешняя и внутренняя среда</b>			<b>12</b>	



организации.			
<b>Тема 1</b> <b>Внешняя среда организации.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1.1.	Внешняя среда: значение для организации и ее основные характеристики.	2
	1.2.	Факторы макросреды организации.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
	1.3.	Изучение лекционного материала	2
<b>Тема 2</b> <b>Внутренняя среда организации.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	2.1.	Внутренние переменные организации.	2
	2.2.	Факторы микросреды организации.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
	2.3.	Изучение лекционного материала	2
<b>Раздел III. Принятие управленческих решений.</b>			<b>14</b>
<b>Тема 1</b> <b>Управленческие решения.</b> <b>Этапы рационального решения проблем.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1.1.	Управленческие решения: сущность, методы и виды.	2
	1.2.	Этапы рационального решения проблем.	2
	<b>Практическое занятие:</b>		
	1.3.	Решение ситуационных задач на определение стиля управления.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
	1.4.	Реферативная работа на тему: Психологические аспекты принятия управленческого решения.	2
<b>Тема 2</b> <b>Факторы и методы управленческих решений.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	2.1.	Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.	2
	2.2.	Методы, используемые при принятии управленческих решений.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
	2.3.	Изучение лекционного материала	2
<b>Раздел IV. Система мотивации труда.</b>			<b>6</b>
<b>Тема 1</b> <b>Сущность и содержание мотивации.</b> <b>Делегирование, ответственность и полномочия.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1.1.	Сущность и содержание мотивации.	2
	1.2.	Делегирование, ответственность и полномочия.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
	1.3.	Реферативная работа на темы: Природа и сущность мотивации. Составляющие процесса мотивации.	2
<b>Раздел V. Управление рисками.</b>			<b>8</b>
<b>Тема 1</b> <b>Риски предприятия как объект управления, их виды и</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1.1.	Риски предприятия как объект управления, их виды и особенности.	2
	1.2.	Предпринимательские потери.	2

<b>особенности. Предпринимательские потери.</b>	<b>Практическое занятие:</b>			
	1.3.	Решение задач на минимизацию рисков.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	1.4.	Реферативная работа на тему: Принятие решений в условиях риска.	2	
<b>Раздел VI. Управление конфликтами и стрессами. Психология менеджмента.</b>			<b>10</b>	
<b>Тема 1 Управление конфликтами и стрессами.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	1.1.	Сущность, типы и причины конфликтов в организации.	2	2
	1.2.	Понятие и причины стресса.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	1.3.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Тема 2 Психология менеджмента.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	2.1.	Личность и ее структура.	1	2
	2.2.	Власть и лидерство.	1	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	2.3.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Раздел VII. Этика делового общения. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.</b>			<b>10</b>	
<b>Тема 1 Этика делового общения.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	1.1.	Сущность и понятие этики делового общения.	1	2
	1.2.	Деловое общение, его характеристика.	1	2
	<b>Практическое занятие:</b>			
	1.3.	Применение в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	1.4.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Тема 2 Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	2.1.	Время руководителя и эффективность его использования.	1	2
	2.2.	Стили руководства.	1	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	2.4.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Дифференцированный зачет</b>			<b>2</b>	
			<b>Всего:</b>	<b>72</b>

<b>ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА</b>			
<b>Раздел I. Понятие, сущность, содержание и инструментарий маркетинга.</b>			<b>18</b>
<b>Тема 1 Понятие, сущность, элементы маркетинга. Цели и функции маркетинга.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1.1.	Понятие, сущность, элементы маркетинга.	2
	1.2.	Цели и функции маркетинга.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
1.3.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Тема 2 Маркетинговая среда фирмы. Элементы микро- и макросреды.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	2.1.	Маркетинговая среда фирмы.	2
	2.2.	Элементы микро- и макросреды.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
2.3.	Реферативная работа на тему: Структура элементов макро- и макросреды предприятия.	2	
<b>Тема 3 Виды и приемы маркетинга.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	3.1.	Виды маркетинга.	2
	3.2.	Основные приемы маркетинга.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
3.3.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Раздел II. Исследование рынка в системе маркетинга. Сегментация рынка.</b>			<b>14</b>
<b>Тема 1 Система маркетинговых исследований.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1.1.	Процессы маркетинговых исследований.	2
	1.2.	Методы маркетинговых исследований.	2
	<b>Практическое занятие:</b>		
	1.3.	Определение ёмкости рынка. Методы сбора информации.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
1.4.	Реферативная работа на тему: Анкета – инструмент получения первичной информации.	2	
<b>Тема 2 Сегментирование рынка.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	2.1.	Критерии сегментирования рынка.	2
	<b>Практическое занятие:</b>		
	2.2.	Сегментирование рынка. Определение круга потребителей товара.	2
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
2.3.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Раздел III. Стратегическое планирование в маркетинге. Потребительские рынки и</b>			<b>14</b>

<b>рынок предприятий.</b>			
<b>Тема 1 Стратегия и план маркетинга.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1.1.	Виды маркетинговых стратегий.	2
	1.2.	Этапы стратегического планирования. План маркетинга.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
1.3.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Тема 2 Покупательское поведение потребителей. Поведение покупателей от имени предприятий.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	2.1.	Модели покупательского поведения.	2
	2.2.	Виды покупателей от имени предприятий.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
	2.3.	Реферативная работа на тему: Покупательское поведение потребителей. Поведение покупателей от имени предприятий.	2
2.4.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Раздел IV. Основы товарной политики. Разработка и жизненный цикл товара.</b>		<b>14</b>	
<b>Тема 1 Товар, товарные марки, упаковка, услуги.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1.1.	Классификацию товаров и услуг.	2
	<b>Практическое занятие:</b>		
	1.2.	Определение товарного ассортимента и номенклатуры. Характеристика товарной марки, оценка товара.	2
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
1.3.	Реферативная работа на тему: Товарная марка и роль упаковки товара.	2	
<b>Тема 2 Разработка новых товаров и жизненный цикл товаров.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	2.1.	Этапы процесса разработки нового товара.	2
	2.2.	Этапы жизненного цикла товара.	2
	<b>Практическое занятие:</b>		
	2.3.	Разработка товара новинки, характеристика жизненного цикла товара.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
2.4.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Раздел V. Ценовая политика в условиях рынка.</b>		<b>14</b>	
<b>Тема 1 Классификация цен. Цели, задачи и этапы ценообразования.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>		
	1.1.	Классификация цен.	2
	1.2.	Цели, задачи и этапы ценообразования.	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>		
	1.3.	Реферативная работа на тему: Виды цен.	2
1.4.	Изучение лекционного материала	2	

<b>Тема 2</b> <b>Политика ценообразования.</b> <b>Стратегия и тактика</b> <b>ценообразования.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	2.1.	Виды ценовой стратегии.	2	2
	2.2.	Методы ценообразования.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	2.3.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Раздел VI. Распределение</b> <b>товаров. Система</b> <b>товародвижения.</b> <b>Стимулирование сбыта.</b>			<b>26</b>	
<b>Тема 1</b> <b>Каналы распределения</b> <b>товаров и услуг.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	1.1.	Каналы товародвижения.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	1.2.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Тема 2</b> <b>Методы распространения</b> <b>товаров.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	2.1.	Основные методы распространения товаров (оптовая и розничная торговля).	2	2
	2.2.	Основные составляющие процесса маркетинговой коммуникации.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	2.3.	Реферативная работа на тему: Природа и значение оптовой и розничной торговли.	2	
<b>Тема 3</b> <b>Реклама, стимулирование</b> <b>сбыта и пропаганда.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	3.1.	Рекламная деятельность. Виды и правила рекламы.	2	2
	3.2.	Выбор средств рекламы и ее эффективность.	2	2
	3.3.	Пропаганда, ее качество: достоверность, широкий охват покупателей, броскость.	2	2
	3.4.	Метод прямых продаж, его задачи и свойства.	2	2
	<b>Практическое занятие:</b>			
	3.5.	Разработка рекламы на товар или услугу.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	3.6.	Реферативная работа на тему: Роль рекламы и рекламная деятельность предприятий.	2	
<b>Тема 4</b> <b>Управление сбытом.</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>			
	4.1.	Задачи, принципы торгового аппарата фирмы.	2	2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>			
	4.2.	Изучение лекционного материала	2	
<b>Итоговая аттестация</b>	<b>Дифференцированный зачет</b>		<b>2</b>	
			<b>Всего:</b>	<b>102</b>
			<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>250</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению:**

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета Маркетинга и рекламы.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие столы и стулья для студентов;
- рабочий стол и стул для преподавателя;
- классная доска;
- наглядные пособия;
- комплект учебно-методической литературы.

Технические средства обучения: компьютеры, проектор, интерактивная доска, справочно-поисковые системы, экран

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

##### **ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

Жабина С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: учебник / С.Б.Жабина.- 1-е изд.-М.: ИЦ «Академия», 2014.- 336 с.-гриф

Основы экономики: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / под ред. Н.Н. Кожевникова. - 9-е изд., стер. - М.: Академия, 2014. - 288 с.-гриф ФГАУ ФИРО

Экономическая теория: учебник для бакалавров / под ред. Е.Н. Лобачевой. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2013. - 516 с.- (Бакалавр. Базовый курс).-гриф УМО

Маркетинг: учебник для бакалавров / под ред. Н.М.Кондратенко. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2014. - 542 с. - (Бакалавр. Базовый курс), 1000 экз.-гриф МО РФ

Маркетинг [Текст]: учебник / В.А. Алексунин. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с.-гриф МО РФ

Коротков Э.М. Менеджмент: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2013. - 640 с.- (Бакалавр. Углубленный курс).-гриф УМО

##### **ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

Новый экономический словарь [Текст] / под общ. ред. П.Я.Юрского, Д.В. Остапенко, В.Н. Копорулин. - 3-е изд. - Ростов н/Д: Феникс, 2012. - 428 с. - (Словари)

Астафьев И.В. Ноосферная экономика (Мотивационная экономическая система) / И.В.Астафьев.- Germany: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012.

Арефьева Н.Т. Прогнозирование социокультурных процессов и формирование экономической культуры населения русской провинции (на примере Ивановской обл.).-Иваново: изд-во Иван. гос. ун-та, 2010.

Арефьева Н.Т. Прогнозирование развития социокультурных процессов как фактор устойчивого развития региона.-Иваново: изд-во Иван. гос. ун-та, 2010.

Новиков А.И. Актуальные проблемы региональной экономики и активизация территориального фактора социально-экономического развития / А.И.Новиков, Б.Д.Бабаев, Н.В.Боровкова, Е.Е.Николаева, Е.А.Андрекус.- Иваново: пресСТО, 2013.

Журнал «Менеджмент в России и за рубежом» 2012-2015 гг.

Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» 2012-2015 гг.

Журнал «Практический маркетинг» 2012-2015 гг.

Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» 2012-2016 гг.

Журнал «Вопросы экономики» 2012-2015 гг.

Журнал «Российский экономический журнал» 2012-2015 гг.

Журнал «Экономист» 2012-2015 гг.

#### **интернет-ресурсы:**

ЭБС Znanium.com  
<http://www.znanium.com>

#### **ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

Шевелева С. А. Основы экономики и бизнеса [Электронный ресурс]: учебное пособие для учащихся средних профессиональных учебных заведений / С. А. Шевелева, В. Е. Стогов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 496 с.- гриф УМО

Ибрагимов, Л. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / Л. А. Ибрагимов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 367 с.- гриф УМО

Басовский Л. Е. Маркетинг: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 300 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат).-гриф УМО

Осипов Г. В. Менеджмент: Учебник / Г.В. Осипов, В.А. Лисичкин, Н.Д. Корягин. - М.: Норма: ИНФРА-М, 2012. - 528 с.- 1500 экз.- гриф УМО

Виханский О. С. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 5-е изд., стер. - М.:

ЭБС «Юрайт»  
<http://biblio-online.ru>

Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 576 с.-гриф МО РФ  
Михалева Е.П. МАРКЕТИНГ: Учебное пособие

- для СПО и прикладного бакалавриата /  
Е.П.Михалева.- 2-е изд., пер. и доп.-  
М.:Издательство Юрайт, 2014, 213 с.- гриф УМО  
СПО
- ЭБС «AgriLib»  
[http://www.ebs.rgazu.r](http://www.ebs.rgazu.ru)  
и
- ЭБС Znanium.com
- Гапоненко А.Л. МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и  
практикум для СПО / Отв. ред. А.Л.Гапоненко.-М.:  
Издательство Юрайт, 2015.-396 с.-гриф УМО СПО
- Минко И.С. Маркетинг: учебное пособие /  
И.С.Минко, А.А.Степанова.-СПб.: Санкт-  
Петербургский нац. исслед. университет ИТМО,  
2013.-155 с.
- ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА
- Кисляков Г. В. Менеджмент: основные термины и  
понятия: Словарь / Г.В. Кисляков, Н.А. Кислякова. -  
2-е изд. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 176 с.
- Карпова С.В. Маркетинг и современность:  
Монография / С.В. Карпова, С.П. Азарова, А.А.  
Арский; Под общ. ред. С.В. Карповой. - М.:  
Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 267 с.
- НЭБ Elibrary.ru
- Журнал «Экономика и современный менеджмент:  
теория и практика» 2013-2014 гг.
- Журнал «Экономика и управление в XXI веке:  
тенденции развития» 2012 – 2015 гг.
- Журнал «Экономика и управление: анализ  
тенденций и перспектив развития» 2012 – 2015 гг.
- Журнал «Экономика и управление: новые вызовы и  
перспективы» 2012 – 2015 гг.
- Журнал «Маркетинг» 2012-2015 гг.
- Журнал «Практический маркетинг» 2012-2015 гг.



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися самостоятельной работы.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<b>УМЕТЬ:</b>	
–Рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;	практическая работа
–Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;	Практическая работа
–Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.	практическая работа
<b>ЗНАТЬ:</b>	
–Основные положения экономической теории;	Зачет в виде тестирования
–Принципы рыночной экономики;	Зачет в виде тестирования
–Современное состояние и перспективы развития отрасли;	Письменный опрос
–Роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;	Зачет в виде тестирования
–Механизмы ценообразования на продукцию (услуги);	Демонстрация знаний при решении задач
–Механизмы формирования заработной платы;	Зачет в виде тестирования
–Формы оплаты труда;	Письменный опрос
–Стили управления, виды коммуникаций;	Зачет в виде тестирования, составление схемы процесса коммуникаций
–Принципы делового общения в коллективе;	Письменный опрос
–Управленческий цикл;	Тестирование, опрос индивидуальный или письменный
–Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;	Письменный опрос
–Сущность, цели и основные функции маркетинга, его связь с менеджментом;	Опрос
–Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.	Опрос

**Разработчик:**

Ивановский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, преподаватель СПО И.Н. Усанова