

Министерство образования и молодежной политики Свердловской области
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Свердловской области
«Камышловский гуманитарно-технологический техникум»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ГАПОУ СО

«Камышловский гуманитарно-
технологический техникум»

Е.Е. Бочкарева



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.10 «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В
ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ»

для профессии СПО

43.01.09 «Повар, кондитер»

Форма обучения – очная

Срок обучения – 2 года 8 мес. на базе основного общего образования

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по профессии 43.01.09 «Повар, кондитер» (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 9 декабря 2016 года № 1569), профессионального стандарта 33.011 Повар (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2015 г. № 610н), профессионального стандарта 33.010 Кондитер (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 07.09.2015 г. № 597н.), примерной основной образовательной программы по профессии СПО 43.01.09 Повар, кондитер.

Разработчик: Плотникова Татьяна Александровна – преподаватель высшей квалификационной категории ГАПОУ СО «Камышловский гуманитарно-технологический техникум»

Рассмотрена на заседании предметно (цикловой) комиссии педагогических работников профессионального цикла ГАПОУ СО «КГТТ»

Председатель ПЦК _____ Л.А.Цытыркина

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора по УПР

_____ Н.А. Польдяева

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора по УМР

_____ Т.А.Мадыгина

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по профессии 43.01.09 Повар, кондитер.

1.2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы: программа учебной дисциплины относится к общепрофессиональному циклу.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК	Умения	Знания
ОК 1-5, 7, 9, 10	– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; – анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг	– 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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	64
Объем образовательной программы	40
теоретические занятия	36
практические занятия	26
консультации	1
Промежуточная аттестация дифференцированный зачет	1

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Осваиваемые элементы компетенций
Раздел 1. Основы менеджмента			
Тема 1.1. Современный менеджмент, среда организации, функции	Содержание учебного материала	2	ОК 1-5, 7, 9, 10
	Понятие менеджмента, его задачи и роль в развитии современного производства. Принципы, объекты и субъекты управления.		
	Функции менеджмента	4	
	Организация, как система управления. Характеристика внешней и внутренней среды организации, цикла менеджмента предприятия. Понятие «окружающая среда организации».	6	
	Практическое занятие: Экскурсия на предприятие общественного питания тема: Анализ внешней и внутренней среды организации. Факторы внешней и внутренней среды, их состав и влияние на деятельность организации. Анкетирование.	4	
	Организационная культура и ее типы.	2	
	Практическое занятие: Анализ цикла менеджмента предприятия	2	
Тема 1.2. Методы управления в менеджменте	Содержание учебного материала	4	ОК 1-5, 7, 9, 10
	Система методов управления. Личность. Коммуникация.		
	Практическое занятие: Разбор практикоориентированных ситуаций по подбору методов управления.	2	
	Стили управления.	2	
	Управление конфликтами и стрессами. Формы и методы подбора и отбора персонала	4	ОК 1-5, 7, 9, 10
	Практическое занятие: Решение ситуационных задач по деловому общению	4	
	Практическое занятие: Решение ситуаций по принятию управленческого решения, управление конфликтами.	2	
Тема 1.3. Самоменеджмент	Необходимость. Природа самоменеджмента.	4	
Раздел 2. Основы маркетинга			
Тема 2.1. Сущность маркетинга, сегментирование,	Содержание учебного материала		ОК 1-5, 7, 9, 10
	Маркетинг, его сущность и его значение в управлении предприятием. Цели и задачи. Управление и комплекс маркетинга.	4	
	Понятие маркетингового исследования. Виды, методы маркетинговых исследований.	4	

объекты и субъекты, виды среды маркетинга	Понятие товара в маркетинговой деятельности. Понятие рынка и его характеристики. Виды рынков.	4	ОК 1-5, 7, 9, 10
	Практическое занятие: Изучение и определение видов рынков в г.Камышлов	4	
	Сущность сегментации рынка. Понятие сегмента рынка и его характеристики.	2	
	Практическое занятие: Проанализировать и определить рыночный сегмент для различных видов предприятий.	4	
консультация		1	
Дифференцированный зачет		1	
Всего:		64	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрено наличие специальных помещений: кабинет «Социально-экономических дисциплин», оснащенный оборудованием: доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся); техническими средствами обучения: ноутбуком, телевизором.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Основная литература:

1. Белоусова С.Н. Маркетинг: учебное пособие для студентов СПО. – Ростов н/Д: Феникс, 2019
2. Драчёва Е.Л. Менеджмент: учебное пособие для студентов СПО. – Академия, 2007
3. 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.
4. Казначевская Г.Б. Менеджмент. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2015.
5. Чечевицина Л.Н. Экономика организации: практикум /учебное пособие для студентов СПО. – Ростов н/Д: Феникс, 2015

3.2.2. Дополнительная литература:

1. Антипов К.В. Паблик рилейшнз: Учебное пособие – М.: Издательский Дом "Дашков и К⁰", 2010.
2. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебное пособие. – М.:Инфра-М, 2010.
3. Драчёва Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент. Практикум: Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.
4. Жабина, С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании : учебник для СПО.- М.: Академия, 2015

3.2.3. Интернет ресурсы

1. Менеджмент. <http://www.mevriz.ru/>.
2. Маркетинг. Форма доступа: <http://www.marketolog.ru/> -маркетолог;

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Критерии оценки	Формы и методы оценки
– применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; – анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;	Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75%	Текущий контроль при проведении: -письменного/устного опроса;

– современное состояние и перспективы развития отрасли; – 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.	правильных ответов. Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии	-тестирования; -оценки результатов внеаудиторной (самостоятельной) работы (докладов, теоретической части проектов, учебных исследований и т.д.) Промежуточная аттестация в форме экзамена в виде тестирования.
---	---	--