

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«КОМАРИЧСКИЙ МЕХАНИКО – ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ»



«Утверждаю»  
Директор ГБПОУ КМТТ  
И.В. Гоголь  
« 28 » \_\_\_\_\_ 2021г.

«Согласовано»  
Зам. директора по УПР  
Ю.А. Юшкова  
« 28 » \_\_\_\_\_ 05 2021г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП.05 Основы экономики, менеджмента , маркетинга**

Рассмотрено и одобрено на заседании  
методической комиссии  
протокол № 10 от « 28 » мая 2021г  
Председатель МК \_\_\_\_\_ Н.В. Зайцева

Комаричи  
2021

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта ( далее – ФГОС) по профессии среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.15 Поварское и кондитерское дело (Приказ Министерства образования и науки РФ от 9 декабря 2016 г. № 1565 “Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.15 Поварское и кондитерское дело”)

Укрупненная группа 43.00.00

Организация-разработчик: ГБПОУ «Комаричский механико-технологический техникум»

Разработчики: Ольховская Л.В. –преподаватель «Комаричского механико-технологического техникума»

Рекомендована методическим советом ГБПОУ КМТТ

Протокол №5 от 28.05. 2021г..

© Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Комаричский механико-технологический техникум»

© Ольховская Людмила Вадимовна - преподаватель ГБПОУ КМТТ

©  
©  
©

## **СОДЕРЖАНИЕ**

|   |                  |
|---|------------------|
| <b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ<br/>УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | стр.<br><b>4</b> |
| <b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ<br/>ДИСЦИПЛИНЫ</b>                 |                  |
| <b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>                         | <b>12</b>        |
| <b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ<br/>УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b> | <b>14</b>        |

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

### **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована:

- в дополнительном профессиональном образовании по программе повышения квалификации при наличии начального профессионального образования по профессии повар, кондитер;

Опыт работы не требуется.

**1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** дисциплина относится к группе общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла.

### **1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

В результате освоения учебной 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.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные положения экономической теории;
- принципы рыночной экономики;
- современное состояние и перспективы развития общественного питания;
- роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
- формы оплаты труда;
- стили управления, виды коммуникации;
- принципы делового общения в коллективе;
- управленческий

цикл;

- особенности менеджмента в области технологии общественного питания;
- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;
- формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.

## **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>                       | 128                |
| <b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>            | 127                |
| в том числе:   |                    |
| Теоретические занятия  | 57                 |
| практические занятия   | 50                 |
| курсовой проект  | 20                 |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>                 |                    |
| в том числе:   |                    |
| внеаудиторная самостоятельная работа                               |                    |
| <b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b> | 1                  |
| <b>Итоговая аттестация в форме экзамена</b>                        |                    |

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП 05. Основы экономики, менеджмента и маркетинга

| Наименование разделов и тем   | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) | Уровень усвоения  | Объем часов | Осваемые компетенции |   |
|---|---|---|-------------|----------------------|---|
| 1   | 2   | 3   | 4           | 5                    |   |
| <b>Раздел 1. Основы экономики</b>   |   |   | <b>38</b>   |                      |   |
| Тема 1.1. Экономика как система общественного производства                        | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | 2           | ОК 1-7, 9            |   |
|   | 1   | Понятийный аппарат экономики: предмет, методы, функции.                                       |             |                      | 2 |
|   | 2   | Производство как процесс создания полезного продукта в экономике.                             |             |                      | 2 |
|   | <b>Практическое занятие</b>   |   |             |                      |   |
| 1   | Составление схемы «Структура экономики».  |   | 1           | ОК 1-7, 9            |   |
| Тема 1.2. Экономические системы и рыночные структуры.                             | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | 3           | ОК 1-7, 9            |   |
|   | 1   | Виды и характерные особенности экономических систем.  |             |                      | 2 |
|   | 2   | Собственность как основа экономической системы.   |             |                      | 2 |
|   | 3   | Конкуренция и модели рынков.  | 2           |                      |   |
|   | <b>Практическое занятие</b>   |   |             |                      |   |
| 1   | Составление и заполнение сравнительной таблицы «Конкуренция и монополия: модели современного рынка».                                    |   | 2           |                      |   |
| Тема. 1.3. Спрос, предложение, цена, их сущность и взаимосвязь                    | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | 2           | ОК 1-7, 9            |   |
|   | 1   | Спрос и предложение как элементы рыночных отношений.  |             |                      | 2 |
|   | 2   | Цены и обеспечение сбалансированности спроса и предложения.                                   |             |                      | 2 |
| Тема. 1.4. Производственные фонды и издержки производства в общественном питании. | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | 3           | ОК 1-7, 9            |   |
|   | 1   | Производственные фонды предприятий общественного питания.                                     |             |                      | 2 |
|   | 2   | Издержки производства и реализации на предприятиях общественного питания.                     |             |                      | 2 |
|   | 3   | Себестоимость продукции на предприятиях общественного питания. Калькулирование себестоимости. | 2           |                      |   |
|   | <b>Практическое занятие</b>   |   |             |                      |   |
| 1   | Политика предприятий общественного питания по снижению издержек на примере какого-либо кафе   |   | 2           |                      |   |
| Тема. 1.5. Ценообразование на предприятиях общественного питания                  | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | 3           | ОК 1-7, 9            |   |
|   |   | Цена и ее функции на предприятиях общественного питания                                       |             |                      | 2 |
|   | 2   | Формирование цены в общественном питании. Калькуляция в общественном питании.                 |             |                      | 2 |
|   | <b>Практические занятия</b>   |   |             |                      |   |
| 1   | Формирование цен на каком-либо предприятии общественного питания. Составление калькуляции.  |   | 3           | ОК 1-7, 9            |   |

|  |   |  |           |           |   |
|--|---|--|-----------|-----------|---|
| Тема 1.6. Выпуск продукции и товарооборот предприятий общественного питания. | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | 3         | ОК 1-7, 9 |   |
|  | 1   | Товарооборот предприятий общественного питания, его виды и состав. Анализ товарооборота и оборота по выпуску продукции предприятия общественного питания.            |           |           | 2 |
|  | 2   | Планирование товарооборота и оборота по выпуску продукции собственного производства.   |           |           | 2 |
|  | <b>Практические занятия</b>   |  | 6         | ОК 1-7, 9 |   |
|  | 1   | Анализ товарооборота и оборота по выпуску продукции какого-либо предприятия общественного питания.   |           |           | 2 |
|  | 2   | Составление таблицы: «Требования к оформлению меню и прейскурантов, ассортименту кулинарной продукции для предприятий общественного питания различных типов классов» |           |           | 2 |
|  | 3   | Оформление меню, прейскурантов, ассортимента продукции.  | 2         |           |   |
| Тема 1.7. Доходы и прибыль на предприятиях общественного питания             | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | 3         | ОК 1-7, 9 |   |
|  | 1   | Прибыль и доход предприятия, их экономическое содержание и назначение.   |           |           | 2 |
|  | 2   | Рентабельность продукции и ресурсов.   | 2         |           |   |
|  | <b>Практические занятия</b>   |  | 3         | ОК 1-7, 9 |   |
| 1  | Анализ доходов и прибыли предприятий общественного питания (на примере какого-либо предприятия) |  |           |           |   |
| <b>Дифференцированный зачёт</b>  |   |  | <b>1</b>  |           |   |
| <b>Раздел 2. Основы менеджмента</b>  |   |  | <b>34</b> |           |   |
| Тема 2.1. Сущность. Цели и задачи менеджмента                                | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | 2         | ОК 1-7, 9 |   |
|  | 1   | Понятие, цели и задачи управления. Общие подходы к управлению организаций.   |           |           | 2 |
|  | 2   | Принципы формирования системы управления организации.  | 2         |           |   |
|  | <b>Практические занятия</b>   |  | 2         | ОК 1-7, 9 |   |
| 1  | Составление и заполнение таблицы: «Эволюция менеджмента»  |  |           |           |   |
| Тема 2.2. Предприятие как объект управления и контроля.                      | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | 3         | ОК 1-7, 9 |   |
|  | 1   | Понятие, цели и направления деятельности предприятия.  |           |           | 2 |
|  | 2   | Сущность и виды контроля в системе управления. Сущность мотивации.   |           |           | 2 |
|  | 3   | Система методов управления на предприятиях общественного питания. Принятие решений. Этапы решения проблем в организации.   | 2         |           |   |
|  | <b>Практические занятия</b>   |  | 5         | ОК 1-7, 9 |   |
|  | 1   | Составление и заполнение таблицы: «Виды стилей управления и их содержание».  |           |           |   |
|  | 2   | Составление схемы: «Процесс принятия управленческих решений».  |           |           |   |
| 3  | Составление схемы: «Процесс мотивации».   |  |           |           |   |

|   |                                      |   |           |           |   |
|---|--------------------------------------|---|-----------|-----------|---|
|   | 4                                    | Составление схемы: «Организационные структуры управления».  |           |           |   |
| Тема 2.3. Управление производственным персоналом на предприятиях общественного питания.             | <b>Содержание учебного материала</b> |   | 3         | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1                                    | Организационная структура управления и развития производства. Сущность и особенности управления персоналом организации. |           |           | 2 |
|   | 2                                    | Кадровая политика и ее планирование на предприятии.   |           |           | 2 |
|   | 3                                    | Управление персоналом в системе социально-трудовых отношений.   |           |           | 2 |
|   | <b>Практические занятия</b>          |   | 4         | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1                                    | Управление персоналом в системе социально-трудовых отношений.   |           |           |   |
|   | 2                                    | Составление «Решетки менеджера».  |           |           |   |
|   | 3                                    | Составление схемы: «Процесс стратегического планирования».  |           |           |   |
| Тема. 2.4. Трудовые ресурсы предприятий общественного питания и организация оплаты труда работников | <b>Содержание учебного материала</b> |   | 4         | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1                                    | Трудовые ресурсы предприятий общественного питания, их характеристика и порядок формирования.                           |           |           | 2 |
|   | 2                                    | Современная политика оплаты труда.  |           |           | 2 |
|   | 3                                    | Организация оплаты труда работников предприятий общественного питания.  | 2         |           |   |
|   | <b>Практические занятия.</b>         |   | 4         | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1                                    | Анализ и планирование показателей по труду и заработной плате на предприятиях общественного питания.                    |           |           |   |
|   | 2                                    | Расчет оплаты труда.  |           |           |   |
| Тема 2.5. Коммуникации в управлении   | <b>Содержание учебного материала</b> |   | 5         | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1                                    | Сущность и роль коммуникаций в системе управления. Структура управленческого общения.                                   |           |           | 2 |
|   | 2                                    | Сущность и роль социальной ответственности в системе управления.  |           |           | 2 |
|   | 3                                    | Цели и задачи самоменеджмента.  | 2         |           |   |
| <b>Раздел 3. Основы маркетинга</b>  |                                      |   | <b>35</b> |           |   |
| Тема 3.1. Основы маркетинга услуг общественного питания   | <b>Содержание учебного материала</b> |   | 4         | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1                                    | Рынок как объективная экономическая основа маркетинга.  |           |           | 2 |
|   | 2                                    | Социально-экономическая сущность маркетинга и его основные концепции.   |           |           | 2 |
|   | 3                                    | Принципы, функции и цели маркетинга. Маркетинговая среда предприятия.   |           |           | 2 |
|   | 4                                    | Содержание маркетинговой деятельности предприятия общественного питания.  | 2         |           |   |
|   | <b>Практические занятия</b>          |   | 5         | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1                                    | Составление схемы: «Маркетинговая среда фирмы»  |           |           |   |
|   |                                      |   |           |           |   |
|   | 2                                    | Составление плана-программы маркетинговой деятельности предприятия общественного питания в Брянской области.            |           |           |   |
|   |                                      |   |           |           |   |



|   |  |   |   |           |   |
|---|--|---|---|-----------|---|
|   | 3  | Составление схемы: «Характерные черты рынков продавца и потребителя»  |   |           |   |
|   | 4  | Составление схемы: «Процесс реализации маркетинга»  |   |           |   |
| Тема 3.2.<br>Маркетинговый подход к организации работы на предприятиях общественного питания. | <b>Содержание учебного материала</b>   |   | 4 | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1  | Специфика организации маркетинговых исследований на предприятиях общественного питания.                           |   |           | 2 |
|   | 2  | Определение спроса и потребностей в услугах предприятий общественного питания. Выбор целевого рынка предприятием. |   |           | 2 |
|   | 3  | Поведение потребителей на рынке.  |   |           | 2 |
|   | <b>Практические занятия</b>  |   | 4 | ОК 1-7, 9 |   |
| 1   | Определение спроса и потребностей в услугах предприятий общественного питания в п. Комаричи. |   |   |           |   |
| 2   | Составление схемы: «Система маркетинговой информации».                                       |   |   |           |   |
| 3   | Составление схемы: «Техника маркетинга в общественном питании».                              |   |   |           |   |
| Тема 3.3. Разработка комплекса маркетинга   | <b>Содержание учебного материала</b>   |   | 4 | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1  | Понятие комплекса маркетинга в сфере услуг общественного питания. Товарная политика предприятия.                  |   |           | 2 |
|   | 2  | Система товародвижения и управление каналами распределения на предприятиях общественного питания.                 |   |           | 2 |
|   | 3  | Ценовая политика в комплексе маркетинга.  |   |           | 2 |
|   | 4  | Формирование коммуникационной политики предприятий общественного питания.   |   |           | 2 |
|   | <b>Практические занятия.</b>   |   | 1 | ОК 1-7, 9 |   |
| 1   | Составление схемы: «Каналы сбыта в системе товародвижения».                                  |   |   |           |   |
| Тема 3.4. Управление маркетингом на предприятиях общественного питания.                       | <b>Содержание учебного материала</b>   |   | 3 | ОК 1-7, 9 |   |
|   | 1  | Организационные структуры маркетинга на предприятии общественного питания.  |   |           | 2 |

|   |  |   |   |           |           |
|---|--|---|---|-----------|-----------|
|   | 2  | Принципы организации структур управления маркетингом.   | 2 |           |           |
|   | <b>Практические занятия.</b>   |   |   | 4         | ОК 1-7, 9 |
|   | 1  | Составление схемы «Организационные структуры маркетинга какого-либо предприятия общественного питания» (например, кафе «Встреча») |   |           |           |
|   | 2  | Составление и заполнение таблицы: «Показатели качества услуги в сфере общественного питания и критерии их оценки».                |   |           |           |
| Тема 3.5. Стратегический маркетинг на предприятиях общественного питания. | <b>Содержание учебного материала</b>   |   |   | 3         | ОК 1-7, 9 |
|   | 1  | Концепция планирования маркетинга.  | 2 |           |           |
|   | 2  | Разработка стратегии маркетинга.  | 2 |           |           |
|   | <b>Практические занятия</b>  |   |   | 1         | ОК 1-7, 9 |
| 1   | Составление схемы: «Осуществление ценовой стратегии на предприятии общественного питания»  |   |   |           |           |
| Тема 3.6. Анализ в маркетинге.  | <b>Содержание учебного материала</b>   |   |   | 3         | ОК 1-7, 9 |
|   | 1  | Иллюстрированный анализ в маркетинге.   | 2 |           |           |
|   | 2  | Ситуационный анализ в маркетинге.   | 2 |           |           |
| <b>Подготовка по курсовой работе</b>                                      | Наименование тем курсовых проектов:<br>1. Ценовая политика предприятия общественного питания<br>2. Стратегии ценообразования на предприятии общественного питания.<br>3. Функционирование рынка труда общественного питания в современных условиях.<br>4. Формы организации и оплаты труда на предприятиях питания в условиях рыночных отношений<br>5. Эффективность и производительность труда на предприятии общественного питания.<br>6. Трудовые ресурсы и регулирование трудовых отношений на предприятии общественного питания.<br>7. Оплата труда на предприятиях общественного питания.<br>8. Мотивация труда на предприятиях общественного питания.<br>9. Инфраструктура рынка услуг общественного питания, анализ его современного состояния.<br>10. Предприятие общественного питания и его среда.<br>11. Сбытовая политика и организация товародвижения на предприятии общественного питания.<br>12. Товар предприятия общественного питания в системе маркетинга.<br>13. Рынок общественного питания, его структура и условия функционирования.<br>14. Реклама предприятия общественного питания в системе маркетинговых коммуникаций и её эффективность.<br>15. Маркетинговые коммуникации предприятия общественного питания.<br>16. Маркетинговая политика предприятия общественного питания.<br>17. Малые предприятия общественного питания как форма организации бизнеса.<br>18. Сущность, принципы и типы планирования на предприятиях общественного питания.<br>19. Предпринимательство и его место в современной экономике.<br>20. Обратные средства предприятия общественного питания.<br>21. Основные фонды предприятий общественного питания. |   |   | <b>20</b> | ОК 1-7, 9 |

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | <p>22. Модели и методы выбора решений в процессе управления предприятием общественного питания.</p> <p>23. Эффективность системы управления на предприятии общественного питания.</p> <p>24. Организация разработки и принятия управленческих решений на предприятии общественного питания.</p> <p>25. Авторитет, лидерство и власть в управлении предприятием общественного питания.</p> |   |  |
|  | <p><b>Итоговая аттестация в форме экзамена</b></p>  |   |  |
|  | <p style="text-align: right;"><b>Итого</b></p>  | <p style="text-align: center;"><b>128</b></p> |  |

### **3. Условия реализации учебной дисциплины.**

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

Для реализации учебной дисциплины имеется учебный кабинет «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебных наглядных пособий» Основы экономики, маркетинга и менеджмента»;
- нормативно-правовые документы.

Технические средства обучения:

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

##### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

1. Жабина С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: учебник для учреждений сред. проф. образования – М., «Академия», 2017.

Дополнительные источники:

1. Соколинский В.М. Экономическая теория: уч. пособие. - 3-е изд., стер. - КноРус, 2017.
2. Куликов Л.М. Основы экономической теории: Учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2017.
3. Чуев И.Н., Чуева Л.Н. Экономика предприятия: Учебник. - 4-е изд., перераб. и доп. - М., 2010.
4. Казначевская Г.Б. Менеджмент. - Ростов-на-Дону, Феникс, 2017.
5. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. - М.: Вильямс, 2017.
6. Котлер Ф. Маркетинг. - СПб.: Питер, 2017 .
7. Грязнова А.Г., Юданов А.Ю., ред. Микроэкономика: практический подход. (ManagerialEconomics) - М., 2017.
8. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика. Учебник. - М., 2017.
3. Экономика отраслей АПК./ Под ред. Минакова И.А. - М.: КолосС, 2017.
4. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. Учебник. - 4-е изд., прераб. и доп. - М.: Экономистъ, 2018.
5. Теория управления: Учебник/Под общ.ред. Гапоненко А.Л. и Панкрухина А.П. изд. 3-е, доп. и перераб. - М.: Изд-во РАГС, 2018.
6. Барышев А.Ф. Маркетинг - М.: Академия, 2017.

7. . «Маркетинг в России и за рубежом». Практический журнал Изд-во: Дело и сервис.
8. «Российский журнал менеджмента». Научно-исследовательский журнал. Издан по инициативе Высшей школы менеджмента СПбГУ.
1. Интернет ресурсы по менеджменту. Форма доступа: <http://www.new-management.info/>
2. Интернет ресурсы по маркетингу. Форма доступа: <http://www.marketolog.ru/-маркетолог>
3. Сайты и учебные материалы по экономике для студентов. Форма доступа: <http://www.alleng.ru/edu/econom2.htm>

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

**Контроль и оценка** результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

| Результаты обучения<br>(освоенные умения, усвоенные знания)                          | Критерии оценивания   | Формы и методы оценки                 |
|--|---|---------------------------------------|
| 1  | 2   | 3                                     |
| <b>Умения:</b>   | Оценка «5»  |                                       |
| рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;     | – работа выполнена полностью;<br>– в решении задач нет ошибок и исправлений;  | практические работы                   |
| применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; | – ответы на поставленные вопросы даны правильно, в полном объеме, обоснованно, с использованием терминологии                                    | практическая работа                   |
| анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;                                     |   | практические работы                   |
| <b>Знания:</b>   | Оценка «4»  |                                       |
| основные положения экономической теории;   | – работа выполнена полностью;<br>– в решении задач допускаются негрубые ошибки или недочеты, исправленные самим обучающимся или преподавателем; | домашняя работа                       |
| принципы рыночной экономики;   |   | тестирование, индивидуальное задание  |
| современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства и механизации;      | – при ответе на поставленные вопросы допускаются несущественные ошибки в изложении материала  | домашняя работа                       |
| роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;                     |   | тестирование                          |
| механизмы ценообразования на продукцию (услуги);                                     | Оценка «3»  | тестирование                          |
| формы оплаты труда;  | – работа выполнена не полностью (но не менее 50 %);   | тестирование и практическая работа    |
| стили управления, виды коммуникации;   | – решение задач с негрубыми ошибками, однако есть много исправлений;  | тестирование                          |
| принципы делового общения в коллективе;  | – при ответе на поставленные вопросы материал изложен в не полном объеме  | индивидуальное задание                |
| управленческий цикл;   |   | индивидуальное задание                |
| особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства;                   | Оценка «2»  | тестирование                          |
| сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом     | – работа выполнена не полностью (менее 50 %);<br>– задачи не решены или произведены с грубыми ошибками;   | тестирование                          |
| формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.                            | – нет ответов на поставленные вопросы или не полностью изложен  | тестирование и индивидуальное задание |

|  |
|--|
|  |
|--|

материал

|  |
|--|
|  |
|--|