

Министерство образования и науки Республики Хакасия
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Республики Хакасия «Аграрный техникум»

Утверждаю
Зам. директора по УПР
_____ И.А. Арасланов
« » _____ 2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

по специальности среднего профессионального образования

23.02.07. Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем агрегатов автомобилей.

Рассмотрено
на заседании ЦК
Протокол №_ от « » _____2020г.
_____ Е.Г.Волощенко
« » _____ 2020г.

Шира, 2020

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 23.02.07. Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем агрегатов автомобилей.

Организация-разработчик: ГАПОУ РХ «Аграрный техникум»

Разработчик: Гердт Ольга Евгеньевна, преподаватель ГАПОУ РХ «Аграрный техникум»
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ
ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.11 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по группе специальностей СПО 23.02.07. Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем агрегатов автомобилей.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: входит в общий профессиональный цикл.

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

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; 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 механизации сельского хозяйства;

сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом; формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации;

состояние и перспективы развития отрасли;

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 механизации сельского хозяйства;

сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины: максимальной учебной нагрузки обучающегося 108 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 72 часа; самостоятельной работы обучающегося 36 часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	66
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	62
в том числе:	
лабораторные работы	0
практические занятия	20
контрольные работы	0
курсовая работа (проект)	0
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
в том числе:	
<i>Внеаудиторная самостоятельная работа</i>	
<i>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Экономика		14	
Тема 1.1. Экономика и экономическая наука	Содержание дисциплины и ее задачи. Связь с другими дисциплинами, с теорией и практикой рыночной экономики. Значение дисциплины для подготовки специалистов в условиях многообразия и равноправия различных форм собственности Понятие экономики. Экономические потребности общества. Свободные и экономические блага общества. Важнейшие экономические ресурсы: труд, земля, капитал, предпринимательство. Ограниченность экономических ресурсов - главная проблема экономики. Границы производственных возможностей	2	2
Тема 1.2. Экономические системы	Типы экономических систем. Традиционная экономика. «Чистая» рыночная экономика. Механизм свободного образования цен. Основные государственные функции при рыночной экономике. Административно-командная экономика. Условия функционирования командной экономики. Смешанная экономика. Участие государства в хозяйственной деятельности	2	2
Тема 1.3. Рынок. Фирма. Роль государства в экономике	Круговорот производства и обмена продукции в экономической системе. Закон спроса. Факторы, влияющие на спрос. Агрегированная функция спроса. Закон предложения. Рыночное равновесие	2	2
	Предпринимательская деятельность. Виды предпринимательской деятельности. Цели предпринимательской деятельности. Предприятие (фирма). Основные признаки предприятия. Структура целей организации, ее миссия. Классификация предприятий. Конкуренция. Совершенная конкуренция. Условия совершенной конкуренции. Монополия. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Антимонопольная политика государства	2	2

Тема 1.4. Экономика предприятий	Предприятие в рыночной экономике. Механизм функционирования организации в условиях рыночной экономики	6	2
Раздел 2. Менеджмент		22 (14/8)	
Тема 2.1. Введение в менеджмент Внутренняя и внешняя среда организации	Предмет, цели и задачи дисциплины. Менеджмент как самостоятельный вид профессиональной деятельности. Понятие менеджмента, его содержание и место в системе социально-экономических категорий. Цели и задачи менеджмента.	2	2
	Практическое занятие 1 Разработка структуры управления конкретным предприятием и его подразделениями.	2	2
Тема 2.2. Функции менеджмента	Функция - объективная составляющая управления. Взаимосвязь и выделение функций менеджмента. Планирование и прогнозирование. Организация. Координирование и регулирование. Активизация и стимулирование. Контроль	2	2
Тема 2.3. Основы теории принятия управленческих решений	Проблемы как предпосылки принятия решений. Сущность управленческого решения. Классификация управленческих решений. Последовательность принятия управленческих решений	2	2
	Практическое занятие 2 Анализ конкретной производственной ситуации с принятием оптимального управленческого решения	2	2
Тема 2.4. Мотивационные основы управления	Система мотивации труда. Экономические методы управления персоналом. Административные (организационно-распорядительные) методы управления персоналом. Социально-психологические методы управления персоналом	2	2
	Практическое занятие 3 Решение ситуационных задач на применение социально-психологические методов управления	2	2
Тема 2.5. Психология менеджмента	Психология личности и учет ее особенностей в управлении. Сущность и психологическая структура личности. Основные свойства личности.	2	2
	Культура управления. Стиль руководства. Профессиональная этика. Деловой этикет. Качества современного менеджера	2	2

	Практическое занятие 4 Составление анкеты «Психологические качества личности»	2	
Тема 2.6. Конфликты в системе управления.	Сущность и причины возникновения конфликтов. Типы конфликтов. Уровни конфликта в организации. Стили разрешения межличностного конфликта. Структурные методы управления конфликтом.	2	2
	Самостоятельная работа: выполнение домашних заданий Характерные черты и стадии менеджмента. Основные разновидности менеджмента. Общие и конкретные функции менеджмента. Характеристика внешней среды организации. Факторы прямого воздействия. Факторы косвенного воздействия. Цели организации. Структура организации. Культура организации. Качество управленческого решения. Понятие стратегии организации. Виды стратегий предприятия. Выбор стратегии предприятия. Взаимосвязь конфликта и стресса. Пути предупреждения стрессовых ситуаций	2	3
Раздел 3. Маркетинг		22 (14/12)	
Тема 3.1. Понятие и сущность маркетинга	Сущность, цели, задачи и принципы маркетинга. Функции маркетинга. Методы маркетинга. Виды маркетинга. Субъекты маркетинга. Взаимосвязь спроса, вида маркетинга и его стратегии.	2	2
Тема 3.2. Сегментирование рынка. Позиционирование товара	Понятие и принципы сегментирования рынка. Основные категории и признаки сегментирования. Основные критерии и признаки сегментирования рынка потребительских товаров. Позиционирование товара на рынке. Факторы, определяющие позицию товара на рынке.	2	2
	Практическая работа 5 Сегментирование рынка потребительских товаров.	2	2
Тема 3.3. Покупательское	Основные характеристики потребителей. Модели покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке товара	2	2

поведение потребителей	Практическая работа 6 Оценка поведения различных групп покупателей. Изучение Закона РФ «О защите прав потребителей»	2	2
Тема 3.4. Основы товарной политики	Сущность и классификация товаров в маркетинге. Стратегия и этапы разработки новых товаров. Жизненный цикл товара. Анализ жизненного цикла товара	2	2

и планирования продукции	Сущность и показатели качества товаров. Методы определения качества товаров. Фирменный стиль. Компоненты фирменного стиля		
Тема 3.5. Планирование товародвижения	Основные методы распространения товара. Факторы и функции каналов товародвижения. Содержание и структура каналов сбыта. Торговые посредники. Понятие о сделке и риске при заключении сделки. Содержание и роль контрактов купли продажи	2	2
Тема 3.6. Маркетинговые коммуникации (комплекс стимулирования)	Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж. Стимулирование сбыта, его цели, приемы и свойства. Коммерческая пропаганда, ее качества. Метод прямых продаж, его задачи и свойства.	2	2
	Содержание и основные принципы рекламы. Задачи рекламы. Виды рекламы. Выбор средств распространения рекламы. Стиль и текст рекламного обращения.	2	2
	Практическая работа 7,8, 9, 10 Разработка стратегии маркетинга Разработка миссии организации Разработка рекламного обращения Выбор средств рекламы и её эффективность.	8	2
	Самостоятельная работа: выполнение домашних заданий История и эволюция маркетинговой концепции. Сферы применения маркетинга: услуги, политика, государственные и общественные организации, идеи. Субъекты маркетинга. Цели, методы, инструментарий исследования маркетинговой среды. Стратегия охвата рынка. Информационное обеспечение маркетинга предприятия. Основные направления исследований в маркетинге. Факторы покупательского поведения. Особенности поведения различных групп покупателей. Товарная политика и товарная упаковка. Понятие и методы добросовестной и недобросовестной конкуренции. Общие принципы поведения фирмы на рынке. Ценовые стратегии в маркетинге. Тема и девиз рекламной компании. Правила рекламы.	2	3
Зачет по дисциплине (дифференцированный)		4	
Всего:		62	

в том числе ЛПЗ:	20	
ВСР	4	
Итого:	66	

3. Условия реализации учебной дисциплины

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета по «Основы экономики, менеджмента и маркетинга»;

Оборудование учебного кабинета:

 посадочные места по количеству обучающихся;

 комплект учебно-наглядных пособий «Основы экономики, менеджмента и маркетинга».

Технические средства обучения:

 мультимедиапроектор, интерактивная доска;

 рабочее место преподавателя, оборудованное персональным компьютером,

 подключенным к сети Internet и средствами вывода звуковой информации.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2016г.
2. Трудовой кодекс РФ
3. Грибов В.Д Экономика организации (предприятия): учебник .-7-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013 г.

Дополнительные источники:

1. Чечевицына Л.Н. «Экономика предприятия», Ростов-на-Дону, 2006 г.
2. Борохов В.Б. «Основы рыночной экономики и предпринимательства», ч. 1, ч. 2, М., 2012 г.
3. В.И. Шкатулла «Основы права», 2007 г.
4. Липсиц И.В. «Экономика», М., 2006 г.
5. Любецкий В.В. «Экономика в таблицах и схемах», Ростов-на-Дону, 2006 г.
6. Яковлев А.И. «Юридический практикум», 2013 г.
7. Сафронов Н.А. «Экономика организации»

Интернет-ресурсы:

«Правовая Система Гарант» (www.garant.ru); "Консультант Плюс" (www.consultant.ru); Федеральный портал «Российское образование»

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 (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>уметь: рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг;</p> <p>знать: основные положения экономической теории; принципы рыночной экономики; современное состояние и перспективы развития отрасли; 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 механизации сельского хозяйства; сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;</p>	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none">- рейтинговая оценка знаний студентов по дисциплине (ежемесячно). <p>Промежуточный контроль:</p> <ul style="list-style-type: none">- тестовый контроль по темам разделов 1, 2,3.- реферативная работа студентов по предлагаемой тематике; <p>Итоговый контроль:</p> <ul style="list-style-type: none">- дифференцированный зачет

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ,
ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ**

№ изменения, дата внесения изменения, № страницы изменения	
Было	Стало
Основание: Подпись лица, внесшего изменения	