

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.14 Основы экономики, менеджмента и маркетинга**

**Тамбов, 2021 г.**

Рабочая программа учебной дисциплины **ОП.14 Основы экономики, менеджмента и маркетинга** введена за счет часов вариативной части Федерального государственного образовательного стандарта и в соответствии с учебным планом ТОГАПОУ «Колледж техники и технологии наземного транспорта им. М.С. Солнцева» по специальности **25.02.08 Эксплуатация беспилотных авиационных систем**

**Организация-разработчик:** ТОГАПОУ «Колледж техники и технологии наземного транспорта им. М.С.Солнцева»

**Разработчик:**

Селянская Т.М., преподаватель ТОГАПОУ «Колледж техники и технологии наземного транспорта им. М.С.Солнцева»

Рассмотрено на заседании ПЦК  
общепрофессиональных дисциплин  
Протокол № \_\_\_\_\_  
От «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.  
Председатель ПЦК  
\_\_\_\_\_ Т.М. Селянская

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>8</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</b>	<b>15</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>17</b>
<b>5. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ В ДРУГИХ ПООП</b>	<b>18</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины введена за счет часов вариативной части ФГОС по специальности СПО 25.02.08 Эксплуатация беспилотных авиационных систем и способствует формированию базовых общетеоретических и методологических представлений о сущности и закономерностях экономических отношений в обществе, новому экономическому мышлению, пониманию экономических процессов, происходящих внутри хозяйствующих субъектов, а также формированию способов и средств решения экономических проблем, приобретению практических умений и навыков работы в трудовых коллективах и управлению организациями (принятию управленческих решений, мотивации, планированию, организации, координации, контролю), необходимого для успешной работы в современном бизнесе.

## 1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

дисциплина входит в общепрофессиональный цикл

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

**Обучающийся, освоивший программу СПО по профессии должен обладать общими компетенциями:**

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 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 09.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ОК 11.	Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере

### Спецификация профессиональных и общих компетенций:

<b>ПК 3.5 Осуществлять ведение эксплуатационно-технической документации</b>		
<b>Действия</b>	<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
По ведению эксплуатационно-техническую документацию и разработки инструкций и другой технической документации	Ведение эксплуатационно-техническую документацию и разработки инструкций и другой технической документации.	Порядка ведения эксплуатационно-технической документацию и разработки инструкций и другой технической документации.
<b>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам</b>		

<b>Умения</b>	<b>Знания</b>
<p>Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p> <p>Анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части</p> <p>Определять этапы решения задачи</p> <p>Выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблем</p> <p>Составить план действия</p> <p>Определить необходимые ресурсы</p> <p>Владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах</p> <p>Реализовать составленный план</p> <p>Оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	<p>Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте. Алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</p>
<b>ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности</b>	
<p>Определять задачи поиска информации</p> <p>Определять необходимые источники информации</p> <p>Планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию</p> <p>Выделять наиболее значимое в перечне информации</p> <p>Оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска</p>	<p>Номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации</p>
<b>ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.</b>	
<p>Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами</p>	<p>Психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности</p>
<b>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста</b>	
<p>Излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы</p>	<p>Особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.</p>
<b>ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности</b>	
<p>Применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение</p>	<p>Современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.</p>
<b>ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</b>	
<p>Понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p>	<p>Правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к</p>

<p>Участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>Строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>Кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые)</p> <p>Писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>	<p>описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
<p><b>ОК. 11 Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере</b></p>	
<p>Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи</p> <p>Презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности</p> <p>Оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p>	<p>Основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выступления презентации; кредитные банковские продукты</p>

**В результате изучения дисциплины должны быть сформированы следующие личностные результаты:**

ЛР 1	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»
ЛР 5	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России
ЛР 6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 8	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны
ЛР 9	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций
ЛР 10	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и

	проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих
ЛР 11	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»
ЛР 12	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России
ЛР 14	Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
ЛР 15	Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем
ЛР 16	Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности

**В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:**

- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;
- решать практические задачи экономического характера в сфере профессиональной деятельности;
- проводить оценку экономических показателей, применяемых к субъектам профессиональной деятельности;
- получать необходимые данные и систематизировать их для оценки деятельности предприятия отрасли;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы, оценивать их влияние на организацию;
- планировать и организовывать работу подразделения;
- формировать организационные структуры управления;
- разрабатывать мотивационную политику организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- принимать эффективные решения, используя систему методов управления;
- учитывать особенности менеджмента.
- принимать маркетинговые управленческие решения;
- получать и обрабатывать маркетинговую информацию;
- проводить сегментацию рынка с последующим выделением целевого сегмента;
- планировать ассортимент продукции предприятия, устанавливать цены, разрабатывать мероприятия по продвижению продукции и ее сбыту;
- оценивать конкурентоспособность продукции;
- разрабатывать план маркетинга;
- определять жизненный цикл товара и емкость рынка.

**В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:**

- закономерности развития экономических систем, основные макроэкономические показатели, характеризующие экономическое состояние страны;
- экономическую сущность и особенности деятельности предприятия, а также условия его эффективного развития в современной экономике;

- состав и структуру имущественного комплекса предприятия (фирмы), факторы его рационального использования;
- методы формирования и эффективного использования трудовых ресурсов предприятия;
- направления повышения эффективности деятельности предприятия;
- сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития;
- особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
- внешнюю и внутреннюю среду организации;
- цикл менеджмента;
- процесс принятия и реализации управленческих решений;
- функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта;
- систему методов управления;
- методику принятия решений;
- стили управления, коммуникации, деловое общение.
- понятие маркетинга;
- социальные основы маркетинга;
- концепции маркетинга;
- принципы маркетинга;
- функциональные задачи службы маркетинга на предприятии;
- четыре основных составляющих комплекса маркетинга;
- внутреннюю и внешнюю среду маркетинга;
- маркетинговое понятие товара;
- классификацию товаров;
- использование товарных марок и упаковок;
- жизненный цикл товара;
- маркетинговую деятельность для различных стадий жизненного цикла товара;
- конкурентоспособность товара, рынок и классификацию рынков;
- сегментацию рынков;
- емкость рынка;
- задачи, цели и сущность ценовой политики в маркетинге;
- понятие эластичности спроса и предложения;
- методы ценообразования;
- основные способы распространения товаров;
- цели и задачи продвижения товара на рынок.

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

максимальной учебной нагрузки обучающегося 84 часа, в том числе:  
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 80 часов;  
 самостоятельной аудиторной работы обучающегося 4 часа.



## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b><i>Количество часов</i></b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>84</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>80</b>
в том числе:	
практические занятия	46
<b>Самостоятельная аудиторная работа обучающегося (всего)</b>	<b>4</b>
<b>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</b>	

## 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>Объем часов</i>	<i>Осваиваемые элементы компетенций</i>
<i>1</i>	<i>2</i>		<i>3</i>	<i>4</i>
<b>Раздел 1. Экономика предприятия</b>			<b>26</b>	
<b>Тема 1.1. Предприятие как объект и субъект предпринимательской деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<i>Уровень освоения</i>	<b>3</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Понятие, признаки, цели и задачи предприятий. Классификация предприятий. Внешняя и внутренняя среда предприятия.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>1</b>	
	Конкурентоспособность предприятия			
<b>Тема 1.2. Производственные ресурсы предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<i>Уровень освоения</i>	<b>1</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Основные фонды предприятия. Понятие и классификация основных фондов предприятия	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>5</b>	
	Оценка эффективности использования основных фондов			
	Рациональное использование оборотных средств			
	Показатели использования оборотных средств			
	Экономия материальных ресурсов			
Нормирование оборотных средств. Ускорение оборачиваемости				
<b>Тема 1.3. Трудовые ресурсы и определение потребности в них</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<i>Уровень освоения</i>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, К 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Понятие трудовые ресурсы и трудовой потенциал. Основные характеристики персонала предприятия.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>3</b>	
	Нормирование и оплата труда			
	Формы и системы оплаты труда			
	Бестарифная система оплаты труда			

<b>Тема 1.4. Издержки производства и себестоимость продукции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<i>Уровень освоения</i>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5- 3.6</b>
	Понятия издержки производства, валовой доход и прибыль. Классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции. Планирование себестоимости.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	
	Снижение затрат на производство продукции			
	Анализ ценообразующих факторов			
	Оценка издержек производства			
Выбор метода ценообразования				
<b>Тема 1.5. Риск в деятельности предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<i>Уровень освоения</i>	<b>5</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5- 3.6</b>
	Виды рисков. Страхование рисков. Снижение риска в деятельности предприятия. Основные формы отчетности предприятия. Причины неплатежеспособности и возможного банкротства хозяйствующих субъектов.	<b>2</b>		
<b>Раздел 2. Менеджмент и предприятие</b>			<b>26</b>	
<b>Тема 2.1. Понятие менеджмента, его задачи и роль в развитии современного производства</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<i>Уровень освоения</i>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Понятие и сущность менеджмента. Развитие отечественного и зарубежного опыта менеджмента. Краткая характеристика основных функций менеджмента.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>	
	Анализ системы мотивации труда в конкретной организации			
	Технология планирования			
<b>Тема 2.2. Стратегический менеджмент</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<i>Уровень освоения</i>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Анализ сильных и слабых сторон предприятия Внутренняя и внешняя среда организации	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	

	Определение влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия			
	Содержание и организаций труда руководителя			
	Процесс стратегического планирования			
	Построение «дерева целей»			
<b>Тема 2.3. Организационные структуры управления и организационные процессы в системе менеджмента</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>Уровень освоения</i>	<b>1</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Понятие и типы организационных структур управления.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>3</b>	
	Ответственность и делегирование полномочий			
Построение и анализ организационных структур управления				
	Анализ системы контроля конкретной организации			
<b>Тема 2.4. Принятие решений в организации</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>Уровень освоения</i>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Понятие управленческих решений. Классификация управленческих решений.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>3</b>	
	Разработка и принятие управленческих решений			
	Анализ предпочтительности методов управления			
<b>Тема 2.5. Информационные технологии в сфере управления</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>Уровень освоения</i>	<b>3</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Понятие информации и коммуникаций в менеджменте. Коммуникационный процесс. Контрольная работа по темам 1.1-2.4	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>1</b>	
	Анализ конфликтных ситуаций			
<b>Тема 2.6. Менеджеры организации</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>Уровень освоения</i>	<b>1</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Деловые и личностные качества менеджеров	<b>2</b>		
	<b>Практические задания</b>		<b>2</b>	
Проведение деловых переговоров				

<b>Раздел 3. Маркетинг на предприятии</b>			<b>30</b>	
<b>Тема 3.1. Концепция современного маркетинга</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>Уровень освоения</i>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Понятие, концепции и принципы маркетинга. Четыре основных составляющих комплекса маркетинга.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>3</b>	
	Концепция совершенствования товара и совершенствования производства Основные этапы процесса управления маркетингом			
<b>Тема 3.2. Система маркетинговых исследований</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>Уровень освоения</i>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Анализ маркетинговой информации. Цели маркетинговых исследований.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>3</b>	
	Основные факторы микро- и макросреды маркетинга			
	Система планирования маркетинга Повседневное влияние маркетинга на потребителей			
<b>Тема 3.3. Товар как элемент комплекса маркетинга</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>Уровень освоения</i>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Понятие, классификация, этапы жизненного цикла товара. Позиционирование товара на рынке.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>	
	Определение жизненного цикла товара Определение емкости рынка			
<b>Тема 3.4. Цена как элемент комплекса маркетинга</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<i>Уровень освоения</i>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Задачи, цели и сущность ценовой политики в маркетинге. Виды ценовой стратегии и тактики.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>3</b>	
	Определение влияния факторов внешней среды на деятельность предприятия Виды скидок и условия их применения. Виды ценовых стратегий			

<b>Тема 3.5. Продвижение товара на рынок</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>Уровень освоения</b>	<b>2</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Цели, задачи продвижения товара на рынок. Реклама. Персональные продажи.	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>3</b>	
	Разработка рекламы на отдельные виды товаров и услуг. Факторы выбора каналов товародвижения			
<b>Тема 3.6. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>Уровень освоения</b>	<b>1</b>	<b>ОК 01-11, ПК 1.3, 2.3, 3.5-3.6</b>
	Побудительные приемы маркетинга и ответная реакция потребителей	<b>2</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>1</b>	
	Этапы процесса принятия потребителем решения о покупке			
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>4</b>	
	Этапы жизненного цикла и покупательское поведение семьи			
Модель покупательского поведения Потребительский рынок и защита прав потребителей				
<b>Дифференцированный зачет</b>			<b>2</b>	
<b>Всего</b>			<b>84</b>	

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

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

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета экономики, менеджмента и правового обеспечения

##### **Оборудование учебного кабинета:**

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплекты заданий для тестирования, практических и контрольных работ.

##### **Технические средства обучения:**

- персональный компьютер;
- мультимедиапроектор с экраном.

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

##### **Раздел 1. Экономика предприятия**

###### **Основные источники**

1. Коршунов В. В. Экономика организации. Учебник и практикум для СПО. — М.: Юрайт. 2019. 314 с.
2. Магомедов А. М. Экономика организации. Учебник для СПО. — М.: Юрайт. 2019. 324 с.
3. Поликарпова Т. И. Основы экономики. Учебник и практикум для СПО. М.: Юрайт. 2019. 254 с.

###### **Дополнительные источники**

1. Айдарханов М. Основы экономической теории. Учебник. М.: Фолиант. 2017. 432 с.
2. Васильев В. П., Холоденко Ю. А. Экономика. Учебник и практикум. М.: Юрайт. 2020. 298 с.
3. Казначевская Г. Б. Основы экономической теории. Учебное пособие. М.: Феникс. 2020. 384 с.
4. Лобачева Е. Н. [и др.] Основы экономической теории. Учебник для СПО. М.: Юрайт. 2019. 540 с.
5. Мокий М. С., Азоева О. В., Ивановский В. С. Экономика организации. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2018. 284 с.
6. Тертышник М. И. Экономика организации. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2020. 632 с.

###### **Интернет-ресурсы**

<http://eur.ru/> - Экономика и управление на предприятиях: научно-образовательный портал.

<http://www.cbr.ru/> - сайт Банка России

<http://economictheory.narod.ru/index.htm> – экономическая теория

<http://business.webarena.ru/> - Экономика и бизнес

##### **Раздел 2. Менеджмент и предприятие**

###### **Основные источники**

1. Антонец В. А., Бедный Б. И. Инновационный менеджмент. Учебник и практикум для СПО. — М.: Юрайт. 2018. 304 с.
2. Блинов А. О., Угрюмова Н. В. Менеджмент. Задания, тесты, кейсы. Учебное пособие. — М.: КноРус. 2020. 208 с.
3. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 305 с.
4. Коргова, М. А. Менеджмент. История менеджмента: учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 166 с.

### **Дополнительные источники**

1. Грибов В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Учебное пособие. — М.: КноРус. 2020. - 224 с.
2. Дашкова И. А., Ткаченко И. В., Захарченко Н. С. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений. — М.: Юрайт. 2020. - 276 с.
3. Заздравных А. В., Казаков С. П., Коро Н. Р. Маркетинг-менеджмент. Учебник и практикум. — М.: Юрайт. 2018. 380 с.
4. Клыков М. С., Спиридонов Э. С., Рукин М. Д., Менеджмент. — М.: Ленанд. 2017. - 312 с.
5. Коргова М. А. Менеджмент. Управление организацией. — М.: Юрайт. 2019. - 198 с.

### **Интернет-ресурсы**

1. <http://www.dis.ru/fm/> - журнал «Финансовый менеджмент»
2. <http://www.riskmanagement.ru/> - журнал «Риск-менеджмент»

## **Раздел 3. Маркетинг на предприятии**

### **Основные источники**

1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 383 с.
2. Маркетинг: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / А.Ф. Барышев. - 15-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2019. – 224 с.
3. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 370 с.
4. Михалева, Е. П. Маркетинг: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 213 с.

### **Дополнительные источники**

1. Жильцова О. Н. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 315 с
2. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие/П. С. Завьялов. - М.:ИНФРА-М, 2017. - 496 с.
3. Зиннуров У.Г. Стратегическое маркетинговое планирование и управление на предприятии: учеб. пособие. М.: Изд-во МАИ, 2018. С. 34.
4. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 342 с.

### **Интернет-ресурсы**

1. [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)  
Сетевой журнал о маркетинге и рекламе
2. [www.manager.ru](http://www.manager.ru)  
Все о менеджменте, маркетинге, рекламе.
3. [www.4p.ru](http://www.4p.ru)  
Теория и практика маркетинга (брендинг, мерчендайзинг и др.).



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

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
<b>Умения:</b>	Текущий контроль в форме: - выполнения практических работ; - тестового контроля; - устного опроса; - индивидуальных заданий.  Дифференцированный зачет
оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	
решать практические задачи экономического характера в сфере профессиональной деятельности	
проводить оценку экономических показателей, применяемых к субъектам профессиональной деятельности	
получать необходимые данные и систематизировать их для оценки деятельности предприятия отрасли	
анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы, оценивать их влияние на организацию	
планировать и организовывать работу подразделения	
формировать организационные структуры управления	
разрабатывать мотивационную политику организации	
применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения	
принимать эффективные решения, используя систему методов управления	
учитывать особенности менеджмента	
принимать маркетинговые управленческие решения	
получать и обрабатывать маркетинговую информацию	
проводить сегментацию рынка с последующим выделением целевого сегмента	
планировать ассортимент продукции предприятия, устанавливать цены, разрабатывать мероприятия по продвижению продукции и ее сбыту	
оценивать конкурентоспособность продукции	
разрабатывать план маркетинга	
определять жизненный цикл товара и емкость рынка	
<b>Знания:</b>	
закономерности развития экономических систем, основные макроэкономические показатели, характеризующие экономическое состояние страны	
экономическая сущность и особенности деятельности предприятия, а также условия его эффективного развития в современной экономике	
состав и структура имущественного комплекса предприятия (фирмы), факторы его рационального использования	
методы формирования и эффективного использования трудовых ресурсов предприятия	

направления повышения эффективности деятельности предприятия	
сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития	
особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	
внешняя и внутренняя среда организации	
цикл менеджмента	
процесс принятия и реализации управленческих решений	
функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация и контроль деятельности экономического субъекта	
система методов управления	
методика принятия решений	
стили управления, коммуникации, деловое общение	
понятие маркетинга	
социальные основы маркетинга	
концепции маркетинга	
принципы маркетинга	
функциональные задачи службы маркетинга на предприятии	
четыре основных составляющих комплекса маркетинга	
внутренняя и внешняя среда маркетинга	
маркетинговое понятие товара	
классификация товаров	
использование товарных марок и упаковок	
жизненный цикл товара	
маркетинговая деятельность для различных стадий жизненного цикла товара	
конкурентоспособность товара, рынок и классификация рынков	
сегментация рынков	
емкость рынка	
задачи, цели и сущность ценовой политики в маркетинге	
понятие эластичности спроса и предложения	
методы ценообразования	
основные способы распространения товаров	
цели и задачи продвижения товара на рынок	

## **5. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММЫ В ДРУГИХ ПООП**

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована также по профессиям и специальностям:

23.02.17 Мастер по ремонту и обслуживанию автомобилей;

23.02.01 Организация перевозок и управление на автомобильном транспорте;

23.02.03 Техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта;

23.02.05 Эксплуатация транспортного электрооборудования и автоматики (по видам транспорта, за исключением водного);

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