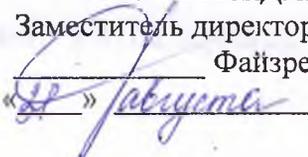


Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«Мамадышский политехнический колледж»
(ГАПОУ «Мамадышский ПК»)

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора по ТО
Файзраева В.В.
 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 10. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

по специальности

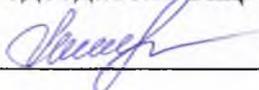
23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт двигателей,
систем и агрегатов автомобилей

2021 г.

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем и агрегатов автомобилей, приказ Министерства образования и науки от 9 декабря 2016 г. № 1568 (Зарегистрировано в Минюсте России 26 декабря 2016 г. №44946).

Обсуждена и одобрена на заседании
предметно-цикловой комиссии
преподавателей и мастеров
производственного обучения
обще профессиональных дисциплин

Протокол № 1
« 28 » августа 20 21 г.

Председатель ПЦК:
 Мирзаянова В.В.

Разработчик: Мирзаянова Венера Васильевна, преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОП.10 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА»

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт двигателей, систем и агрегатов автомобилей

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: учебная дисциплина относится к общепрофессиональному циклу.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11	<ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> - основные положения экономической теории; - принципы рыночной экономики; - современное состояние и перспективы развития отрасли; - роль 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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	48
Всего учебных занятий	44
в том числе:	
теоретическое обучение	38
практические занятия	4
Самостоятельная работа	4
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	
Раздел 1. Основы экономики		7	
Тема 1.1. Производство и экономика	Производство и экономика Значение процесса производства и его место в экономике страны. Факторы производства. Издержки производства. Ограниченность ресурсов. Стадии развития производства. Структура современного производства. Классификация факторов производства	2	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
Тема. 1.2. Принципы рыночной экономики	Принципы рыночной экономики Понятие рынка, условия его возникновения. Виды рынков. Основные функции рынка. Механизм рыночного саморегулирования и его основные элементы Законы спроса и неценовые факторы рыночного спроса. Закон предложения и неценовые рыночные предложения. Кривая спроса и предложения.	4	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
	Самостоятельная работа обучающихся 1.Ознакомление со школой экономических учений. 2.Ознакомление с типами и моделями экономических систем. 3.Изучение биржи и биржевых сделок. 4.Эластичность спроса. Эластичность предложения. 5.Рыночная цена и точка равновесия. 6.Монополии и монополистические союзы. 7.Проблема неравенства доходов. 8.Кривая Лоренца и индекс Джини.	1	
Раздел. 2. Экономика организации (предприятия)		19	
Тема. 2.1. Характеристика	Характеристика отрасли и предприятия Предприятие в условиях рыночной экономики.	2	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11

отрасли и предприятия	Организационно-правовые формы предприятия		
Тема 2.2. Земельные ресурсы предприятия	Земельные ресурсы предприятия Значение и особенности использования земли в сельском хозяйстве. Состав, структура и состояние земельных ресурсов. Экономическая эффективность использования земли и пути ее повышения	2	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
Тема 2.3. Основные фонды и оборотные средства предприятия	Основные фонды и оборотные средства предприятия Сущность и значение основных фондов, их структура. Оборотные средства, их экономическая сущность и состав	4	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
	Практическое занятие Расчет показателей использования основных фондов и оборотных средств	2	
Тема 2.4. Трудовые ресурсы и эффективность их использования	Трудовые ресурсы и эффективность их использования Понятие и состав трудовых ресурсов, особенности их использования в АПК. Занятость и безработица. Обеспеченность трудовыми ресурсами и эффективность их использования.	4	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
	Практическое занятие Расчет показателей эффективности использования трудовых ресурсов	2	
Тема 2.5. Оплата труда	Оплата труда Понятие оплаты труда, ее сущность и функции. Принципы формирования заработной платы. Формы оплаты труда	2	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
	Самостоятельная работа обучающихся Особенности крестьянских и фермерских хозяйств. Состояние земельных ресурсов в РФ. Особенности основных фондов в АПК. Сезонность как фактор использования трудовых ресурсов в сельском хозяйстве.	1	
Раздел 3. Основы менеджмента		11	
Тема 3.1. Сущность современного менеджмента	Сущность современного менеджмента Сущность и характерные черты современного менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Принципы управления. Объекты и субъекты управления.	2	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11

Тема 3.2. Типы структур организаций	Типы структур организаций Понятие организации. Законы организации. Типы организационных структур. Внутренняя и внешняя среда организации	2	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
Тема. 3.3. Функции менеджмента в рыночной экономике	Функции менеджмента в рыночной экономике Функции менеджмента. Организация и планирование. Контроль и мотивация	2	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
Тема 3.4. Методы и стили руководства	Методы и стили руководства Система методов управления. Стили управления. Факторы, влияющие на управленческие решения. Этапы принятия управленческих решений	4	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Школы менеджмента. 2. Факторы внешней среды организации. 3. Социальная ответственность и этика менеджмента. 4. Социально- психологические отношения в трудовом коллективе. 5. Коммуникация и ее виды в управлении. Этапы коммуникации. 6. Барьеры общения и пути их устранения. 7. Управление конфликтами и стрессами. 8. Управление неформальной организацией.	1	
Раздел 4. Основы маркетинга		11	
Тема 4.1. Маркетинг как концепция управления	Маркетинг как концепция управления Маркетинг и менеджмент. Маркетинговое управление Функциональная структура маркетинга. Процесс управления маркетингом	2	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
Тема. 4.2. Основные стратегии маркетинга	Понятие товара в маркетинге. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл продукции. Сущность ассортиментной политики, формирование товарного ассортимента и товарной номенклатуры.	4	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11
	Понятие и сущность цены. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Механизмы ценообразования на продукцию. Методы ценообразования. Основные	4	ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11

	виды ценовой стратегии. Управление ценами: скидки и демпинг.		
	Самостоятельная работа обучающихся по разделу 4. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.Состояние спроса и задачи маркетинга. 2.Принципы сегментирования. 3.Решение о товарной марке и маркировке. Решение об упаковке товара. 4.Ассортиментная политика. Ценовые стратегии в маркетинге.	1	
	Дифференцированный зачет	2	
	Всего:	48	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет социально-экономических дисциплин, оснащенный оборудованием:

- рабочее место преподавателя,
- рабочие места обучающихся,
- комплект учебных наглядных пособий Основы экономики, маркетинга и менеджмента;
- нормативно-правовые документы.
- техническими средствами обучения
- интерактивный комплект
- программно-аппаратный комплекс RAY S222Mi

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов

3.2.1. Основные источники

1. Федотов В.А., Комарова О.В. Экономика. Издательский центр Инфра-М, 2021 – 196 с.
2. Слагода В.Г. Экономика. Издательство ФОРУМ, 2019 – 240 с.
3. Фридман А.М. Экономика организации. Издательский центр РИОР, 2021 – 239 с.
4. Фридман А.М. Экономика организации. Практикум. Издательский центр РИОР, 2020 – 180 с.
5. Туревский И.В. Экономика отрасли (Автомобильный транспорт). Издательский Дом ФОРУМ, 2021 – 288 с.
6. Басовский Л.Е. Экономика отрасли. Издательский центр Инфра-М, 2020 – 145 с.
7. Сафронов Н.А. Экономика организации (предприятия). Издательский центр Магистр, 2021 – 256 с.
8. Кнышова Е.Н., Панфилова Е.Е. Экономика организации. Издательский Дом ФОРУМ, 2021 – 335 с.
9. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. Издательский центр Инфра-М, 2021 – 342 с.
10. Кнышова Е. Н. Менеджмент. Издательский Дом ФОРУМ, 2020 – 304 с.
11. Резник Г. А. Маркетинг Издательский центр Инфра-М, 2020 – 199 с.

3.2.2. Дополнительные источники

1. Котерова Н.П. Экономика организаций. Учебник для студентов СПО/ М: Издательский центр «Академия», 2019 – 288 с.
2. Череданова Л.Н. Основы экономики и предпринимательства. Учебник для студентов СПО/ М: Издательский центр «Академия», 2018 – 192 с.
3. Резник С.Д. Менеджмент: учебник для студентов СПО/ Издательский центр Минск РИПО, 2018 – 263 с. (Электронное издание)
4. Барышев А.Ф. Маркетинг: учебник для студентов СПО/ М: Издательский центр «Академия», 2019 – 224 с.
5. Гомола А.И. Экономика для профессий и специальностей социально-экономического профиля: учебник. М: Издательский центр «Академия», 2018 – 336 с.

6. Барышев А.Ф. Маркетинг: учебник для студентов СПО / М: ИЦ «Академия», 2019 . 224с
7. Мурахтанова Н.М. Маркетинг: учебник для студентов СПО / М: ИЦ «Академия», 2017-304с
8. Резник С.Д. Менеджмент: учебник для студентов СПО / изд. Минск РИПО,
9. Основы экономики : учеб. пособие / З.К. Океанова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2017. — 287 с. — (Профессиональное образование). — www.dx.doi.org/10.12737/24634. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/760006>
10. Морозов Ю.В. Основы маркетинга / 8-е изд. - М.: Дашков и К, 2018. - 148 с.: ISBN 978-5-394-02156-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415044>
11. Репина Е.А., Чернышев М.А., Анопченко Т.Ю. Основы менеджмента: Учебное пособие / - М.: НИЦ ИНФРА-М: Академцентр, 2013. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Среднее профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-16-004659-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/407685>
12. Слагода В.Г. Экономика: Учебное пособие / 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-802-1 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/424708>
13. Райченко А.В., Хохлова И.В. Менеджмент : учеб. пособие /— 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/563352>
14. Федько В.П., Чикатуева Л.А., Третякова Н.В., Ивашенко С.А. Маркетинг: Учебник / Под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М: Академцентр, 2012. - 368 с.: 60x90 1/16. - (СПО). (п) ISBN 978-5-16-005703-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/309700>
15. Бычков В.П. Экономика предприятия и основы предпринимательства в сфере автосервисных услуг: учебник /— 2-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 394 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/22265. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1018056>
16. Булатова А.С. Экономика: Учебник / Под ред. д-ра экон. наук проф. А.С. Булатова. - 5-е изд., стереотипн. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 896 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0161-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/370855>
17. Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. Экономика - М.: Дашков и К, 2018. - 432 с.: ISBN 978-5-394-02412-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/513295>
18. Слагода В.Г. Экономика : учеб. пособие / 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/882810>
19. Мазилкина Е.И. Менеджмент: учеб. пособие /— М. : ИНФРА-М, 2017. — 197 с. — (Среднее профессиональное образование). — www.dx.doi.org/10.12737/23638. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/754605>
20. Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. Маркетинг: Учебное пособие / 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) (Обложка) ISBN 978-5-00091-180-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/537690>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Осваиваемые ОК и ПК</i>	<i>Методы оценки</i>
Знания:			
<p>Основные положения экономической теории.</p> <p>Принципы рыночной экономики.</p> <p>Современное состояние и перспективы развития отрасли.</p> <p>Роль хозяйствующих субъектов в рыночной экономике.</p> <p>Механизмы ценообразования на продукцию (услуги).</p> <p>Формы оплаты труда.</p> <p>Стили управления, виды коммуникации.</p> <p>Принципы делового общения в коллективе.</p> <p>Управленческий цикл.</p> <p>Особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства.</p> <p>Сущность, цели, основные -принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом.</p> <p>Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:</p> <p>-основные положения экономической теории;</p> <p>-принципы рыночной экономики;</p> <p>-современное состояние и перспективы развития отрасли;</p> <p>-роль хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;</p> <p>-механизмы ценообразования на продукцию (услуги);</p> <p>-формы оплаты труда;</p> <p>-стили управления, виды коммуникации;</p> <p>-принципы делового общения в коллективе;</p> <p>-управленческий цикл;</p> <p>-особенности менеджмента в области механизации сельского хозяйства;</p> <p>-сущность, цели, основные -принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом;</p> <p>-формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.</p>	<p>ОК 01 – ОК 05, ОК 09 – ОК 11</p>	<p>-устный индивидуальный и фронтальный опрос;</p> <p>- письменная работа в форме тестирования, индивидуальных заданий; устный индивидуальный опрос;</p> <p>- устный контроль в форме дискуссии, индивидуальный опрос;</p> <p>Заполнение таблиц</p> <p>Собеседование</p> <p>Творческие задания</p> <p>Подготовка докладов</p> <p>Дифференцированный зачет</p>
Умения:			

<p>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>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; - анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг. 		<p>Ролевая игра Ситуационные задачи Практические задания Кейс –задания Индивидуальные проекты Дифференцированный зачет</p>
---	---	--	---