

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

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по ТО

 Файзреева В.В.

«01» сентября 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП. 10 ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

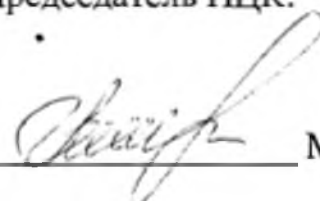
по специальности
23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт двигателей,
систем и агрегатов автомобилей

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 общепрофессиональных дисциплин

Протокол № 1
« 29 » августа 20 23 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., Третьякова 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: - 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>Ролевая игра Ситуационные задачи Практические задания Кейс –задания Индивидуальные проекты Дифференцированный зачет</p>
---	--	--	---