

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Чувашской Республики «Чебоксарский техникум технологии питания и коммерции»
Министерства образования и молодежной политики Чувашской Республики

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор

ООО «Компания «Фито-лайн»

Беликова В.В.

14.06.2022г.



УТВЕРЖДАЮ

Директор ГАПОУ «ЧТТПиК»

Министерства образования Чувашии

Шуканов Р.А.

приказ от 14.06.2022 г. № 318



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.06 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

(индекс и наименование дисциплин)

для специальности

43.02.05 Флористика

(код и наименование специальности)

Чебоксары 2022 г.

Разработано в соответствии с требованиями
ФГОС СПО по специальности
43.02.05 Флористика
код наименование специальности

РАССМОТРЕНО и ОДОБРЕНО

на заседании ЦК

Протокол от 14.06.2022 г. № 11

Председатель ЦК _____ /Семенова А.А./

Разработчики:

Смацова И.А., преподаватель специализации

Эксперты:

Внутренняя экспертиза _____

Семенова А.А., методист

Внешняя экспертиза _____

Соколова Н.Л., заместитель директора по
УПР ПОЧУ «Чебоксарский кооперативный
техникум» Чувашпотребсоюза

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06. Основы экономики, менеджмента и маркетинга

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.

Учебная дисциплина «Основы экономики, менеджмента и маркетинга» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 43.02.05 Флористика.

Дисциплина имеет значение при формировании и развитии общих (ОК), профессиональных компетенций (ПК) и личностных результатов (ЛР).

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Выполнять первичную обработку живых срезанных цветов и иного растительного материала.

ПК 1.2. Изготавливать и аранжировать флористические изделия.

ПК 1.3. Упаковывать готовые изделия.

ПК 2.1. Ухаживать за горшечными растениями.

ПК 2.2. Создавать композиции из горшечных растений.

ПК 2.3. Обеспечивать сохранность композиций на заданный срок.

ПК 3.1. Проектировать композиционно-стилевые модели флористического

оформления.

ПК 3.2. Выполнять работы по флористическому оформлению помещений.

ПК 3.3. Выполнять работы по флористическому оформлению объектов на открытом воздухе.

ПК 3.4. Обеспечивать сохранность флористического оформления на заданный срок.

ПК 4.1. Принимать и оформлять заказы на флористические работы

ПК 4.2. Согласовывать флористические работы со смежными организациями и контролирующими органами.

ПК 4.3. Организовывать работы коллектива исполнителей.

ПК 4.4. Организовывать и осуществлять розничную торговлю флористическими изделиями.

ПК 4.5. Организовывать и осуществлять продажу флористических изделий по образцам (доставку цветов) с помощью информационно-коммуникационных технологий.

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».

1.2. Цели и планируемые результаты освоения дисциплины.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Умения	Знания
– рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности	– основные положения экономической теории; – принципы рыночной экономики; – современное состояние и перспективы развития отрасли; – роль и организацию хозяйствующих субъектов

<p>организации; – применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения; – анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг</p>	<p>в рыночной экономике; – механизмы ценообразования на продукцию (услуги); – механизмы формирования заработной платы; – формы оплаты труда; – стили управления, виды коммуникации; – принципы делового и управленческого общения; – управленческий цикл; – особенности менеджмента в области флористики; – сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга в области флористики; – формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации; – основы рекламы во флористике.</p>
--	--

1.3. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины
максимальная учебная нагрузка обучающегося 181 час, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 122 часа
консультаций и самостоятельной работы обучающегося 59 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	181
Самостоятельная работа обучающегося	59
Объем учебной дисциплины, в том числе:	122
теоретическое обучение	90
лабораторные занятия	-
практические занятия	32
<i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>	6

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП. 06 Основы экономики, менеджмента и маркетинга

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
<i>3 курс, 5 семестр</i>				
Раздел 1. Основы экономики				ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ЛР 2 ЛР 3 ЛР 4
Тема 1.1. Сущность экономики и история ее развития	Содержание учебного материала:	2	2	
	1. Понятие об экономике и экономической деятельности людей. Основные положения экономической теории. Методы и функции экономической теории. Составная часть экономики: микро- и макроэкономика. Современное состояние и перспективы развития отрасли.	2	2	
Тема 1.2. Производство и экономика	Содержание учебного материала:	4		
	2. Понятие производства в экономике. Значение процесса производства и обращения, их место в экономике страны. Факторы производства. Издержки производства. Ограниченность ресурсов. Стадии развития производства. Структура современного производства.	2	2	
	3. Натуральное и товарное производство. История товарного производства. Нетоварный сектор экономики. Товарное обращение. Товар как экономическая категория.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение реферата на одну из тем: - Школы экономических учений. - Типы и модели экономических систем. - Биржи и биржевые сделки.	4	3	
Тема 1.3. Принципы рыночной экономики	Содержание учебного материала:	8	2	
	4. Понятие рынка, условия его возникновения. Виды рынков. Основные функции рынка. Принципы рыночной экономики. Механизм рыночного саморегулирования и его основные элементы. Законы спроса и неценовые	2		

		факторы рыночного спроса. Закон предложения и неценовые рыночные предложения. Кривая спроса и предложения.			
	5.	Цикличность развития рыночной экономики. Экономический цикл и его фазы. Две стороны экономического кризиса. Последствия неравновесия.	2	2	
	6.	Последствия рыночной экономики. Безработица, ее типы и последствия. Сущность и виды инфляции. Причина и последствия инфляции. Взаимосвязь безработицы и инфляции.	2	2	
	7.	Регулирование рыночной экономики. Основные цели и направления государственного регулирования рыночной экономики. Социальная политика государства. Последствия рыночной экономики.	2	2	
		Консультации и самостоятельная работа обучающихся: Выполнение реферата или презентации на одну из тем: - Эластичность спроса. Эластичность предложения. - Рыночная цена и точка равновесия. - Монополии и монополистические союзы. - Проблемы неравенства доходов. Кривая Лоренца и индекса Джини. Заполнение таблицы: Взаимосвязь безработицы и инфляции	4	3	
Раздел 2.					
Экономика отрасли					
Тема 2.1.		Содержание учебного материала:			
Экономико-организационная характеристика предприятия.	8.	Экономико-организационная характеристика предприятия. Социально-экономическое значение предприятия и его функции, современное состояние и перспективы развития отрасли.	2	2	
Тема 2.2.		Содержание учебного материала:	4	2	
Предприятие – объект и материальная база предпринимательства	9.	Понятие предпринимательства, его виды и сущность. Субъекты предпринимательской деятельности. Роли и организация хозяйствующих субъектов в рыночной экономике. Формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации.	2	2	
	10.	Предприятия как субъект предпринимательства. Современные организационно-правовые формы предприятий. Организационно-экономические основы деятельности предприятий.	2	2	
		Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение реферата и подготовка презентации на тему: Характеристика современных организационно-правовых форм предприятия.	3	3	
Тема 2.3.		Содержание учебного материала:	10		
Материально-техническая база	11.	Экономическая сущность основных фондов. Классификация, состав основных фондов общественного питания и их оценка. Физический и моральный износ. Амортизация и амортизационные отчисления.	2	2	
	12.	Оборотные средства.	2	2	
					ОК 1. ОК 2. ОК3. ОК4. ОК5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1. – 1.3. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1.-3.4. ПК 4.1.-4.5. ЛР 2-4

		Сущность, состав и структура оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств.			
	13.	Практическое занятие. Показатели эффективности использования основных фондов. Расчет показателей эффективности использования основных фондов	2	3	
	14.	Практическое занятие. Расчет оборотных средств. Выполнение расчётов.	2	3	
		Консультации и самостоятельная работа обучающихся: Решение задач профессиональной направленности по расчету потребности сырья и материалов для выполнения заказа по флористическому оформлению объектов на открытом воздухе.	5	3	
Тема 2.4. Технико-экономические показатели		Содержание учебного материала:	10		
	15.	Показатели товарооборота. Товарооборот. Показатели товарооборота. Товарные запасы.	2	2	
	16.	Издержки обращения предприятия. Понятие об издержках обращения, себестоимости продукции.	2	2	
	17.	Практическое занятие. Расчет издержек обращения Решение задач	2	3	
	18.	Практическое занятие. Анализ средней продажной цены одного букета и структуры расходов материалов Анализ ситуации на рынке товаров и услуг. Анализ средней продажной цены одного букета и структуры расходов материалов.	2	3	
	19.	Практическое занятие. Расчет основных технико-экономических показателей деятельности организации. Выполнение расчётов основных технико-экономических показателей деятельности организации: показателей основных фондов, оборотных средств предприятия.	2	3	
		Консультации и самостоятельная работа обучающихся: Выполнение реферата и подготовка презентации на одну из тем: - Хозяйственные риски и виды потерь при предоставлении флористических услуг. - Сущность и значение капитальных вложений.	5	3	
Тема 2.5. Труд, его оплата и стимулирование		Содержание учебного материала:			2
	20.	Понятие о труде и трудовых ресурсах. Особенности труда в организациях отрасли. Понятие производительности труда. Пути повышения производительности труда в организациях предоставляющих флористические услуги и товары. Стимулирование труда.	2	2	
	21.	Механизмы формирования заработной платы. Формы оплаты труда в организациях. Механизмы формирования заработной платы.	2	2	
	22.	Практическое занятие. Начисление заработной платы Определение расценки оплаты дня сотрудника от стоимости реализованной продукции	2	3	

	23.	Практическое занятие. Механизмы формирования заработной платы. Начисление заработной платы.	2	3	
		Консультации и самостоятельная работа обучающегося: Выполнение реферата и подготовка презентации на тему: Механизмы стимулирования труда работников.	4	3	
Раздел 3. Основы менеджмента					
Тема 3.1. Сущность современного менеджмента	Содержание учебного материала:		6		ОК 1. ОК 2. ОК3. ОК4. ОК5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 4.1.-4.5. ЛР 2-4
	24.	Сущность и характерные черты современного менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Виды менеджмента. История развития менеджмента. Принципы управления. Школы менеджмента. Особенности менеджмента в области флористики.	2	2	
	25.	Категории менеджмента. Объекты и субъекты управления. Организация как объект управления.	2		
	26.	Среда организации. Внешняя среда. Внутренняя среда. Организация работы предприятия. Организация, как форма существования людей. Организация как открытая система.	2	2	
		Самостоятельная работа обучающегося: Заполнение таблицы: Характеристика принципов работы школ менеджмента	5	3	
Тема 3.2. Управленческий цикл	Содержание учебного материала:		10		
	27.	Функции менеджмента в рыночной экономике. Организация, планирование, мотивация и контроль деятельности экономического субъекта. Значение и содержание функций менеджмента. Управленческий цикл. Связующие процессы.	2	2	
	28.	Функция планирования. Создание и организация стратегического планирования. Методы планирования и организации работы предприятия	2	2	
	29.	Функция организации. Организация взаимодействия в управлении. Понятие структуры управления. Принципы построения организационной структуры управления.	2	2	
	30.	Функция мотивации. Элементы мотивации. Первичные и вторичные потребности. Основы формирования мотивационной политики на предприятии.	2	2	
	31.	Функция контроля. Сущность и необходимость контроля деятельности экономического субъекта. Виды контроля. Процесс контроля: установление стандартов, сравнение результатов и корректирующие действия.	2	2	
		Консультации и самостоятельная работа обучающегося: Заполнение таблицы: Содержание функций менеджмента, их применение в профессиональной деятельности	5	3	

Тема. 3.3. Методы управления	Содержание учебного материала:		24		
	32.	Система методов управления. Экономическое, административное и социально-психологическое воздействие. Необходимость сочетания всех методов управления. Значение психологических методов управления. Личность и ее свойства Социально-психологические отношения. Стили управления.	2	2	
	33.	Методика принятия решений. Процесс принятия и реализации управленческих решений.	2	2	
	34.	Практическое занятие. Принятие управленческих решений Разбор ситуационных задач по организации работы коллектива.	2	3	
	35.	Информационные технологии в сфере управления. Значение управления информацией и требования, предъявляемые к ней.	2	2	
	36.	Коммуникация в системе управления. Виды коммуникация в управлении. Основные элементы и этапы коммуникации.	2	2	
	37.	Деловой этикет. Факторы повышения эффективности делового общения. Беседы и совещания: понятие, классификация, технология организации и проведения. Невербальные средства делового общения.	2	2	
Итого за 5 семестр в том числе			109		
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося, из них:			74		
практические занятия			16		
консультаций и самостоятельной работы обучающегося:			35		
6 семестр					
Тема. 3.3. Методы управления	Содержание учебного материала:				ОК 1. ОК 2. ОК3. ОК4. ОК5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 4.1.-4.5. ЛР 2-4
	1.	Искусство делового и управленческого общения. Принципы делового и управленческого общения. Законы и приемы делового общения. Барьеры общения и пути их устранения.	2	2	
	2.	Практическое занятие. Приёмы делового и управленческого общения. Применение в профессиональной деятельности приемов делового и управленческого общения.	2	3	
	3.	Управление конфликтами и стрессами. Источники и причины конфликтов. Последствия конфликтов. Стресс, виды стресса	2	2	
	4.	Практическое занятие. Конфликтные ситуации. Разбор конфликтных ситуаций в коллективе. Разбор ситуаций по выходу из стресса.	2	3	
	5.	Сущность и элементы руководства. Стили руководства. Форма власти и влияние. Управление неформальной организацией. Неформальный лидер и работа с ним. Управление конфликтами и стрессами.	2	2	
Консультации и самостоятельная работа обучающихся:			5	3	

	Решение ситуационных профессиональных задач по решению конфликтных ситуаций с заказчиками при осуществлении розничной торговли флористическими изделиями, с использованием принципов делового общения.			
Раздел 4 Основы маркетинга				ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 4.1.-4.5. ЛР 2-4
Тема 4.1. Сущность маркетинга	Содержание учебного материала:			
	6. Концепция развития рыночных отношений История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Сущность и цели маркетинга в области флористики. Основные принципы и функции маркетинга в области флористики. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности Состояние и поддержание конкурентной среды, состояние источников наполнения рынка товарами. Насыщенность рынка. Маркетинговая классификация рынков: рынок покупателя и рынок продавца. Основные концепции развития рыночных отношений. Домаркетинговые концепции: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий. Маркетинговые концепции: классический маркетинг, социальный (социально-этичный маркетинг), маркетинг отношений.	2	2	
	7. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности Потребности как объекты маркетинга. Понятие. Уровни потребностей: запрос, спрос, нужда. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов потребностей. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный; стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий, демаркетинг. Классификация участников маркетинговой деятельности на две группы: 1. выполняющих маркетинговую деятельность и 2. контактирующих с маркетологами при выполнении маркетинговой деятельности. Первая группа субъектов: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Вторая группа субъектов: потребители, поставщики, конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Необходимость контактов маркетологов с указанными субъектами. Потребители: понятия, различие понятий в российских и международных нормативных документах. Модели потребительского поведения. Стратегический контроль маркетинга на предприятиях	2	2	
	8. Практическое занятие. Объекты маркетинговой деятельности Решение задач по выявлению, формированию и удовлетворению потребностей покупателей в товарах и услугах в рамках торговой организации. Выявление спроса.	2	3	
	Консультации и самостоятельная работа обучающегося:	4	3	

	Заполнение таблицы: Классификация потребителей по разным признакам. Подготовка реферата на тему: Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса во флористике.			
Тема 4.2. Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала:		2	
	9. Микросреда и макросреда маркетинга Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. Краткая характеристика разных сред.	2	2	
	10. Конкурентная среда Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения.	2	2	
	11. Практическое занятие. Конкурентоспособность организации Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ. Решение ситуационных задач.	2	3	
	Самостоятельная работа обучающегося: Выполнение реферата или презентации на тему: «Конкурентоспособность флористических услуг»	3	3	
Тема 4.3. Средства маркетинга	Содержание учебного материала:	4		
12. Средства маркетинга Комплекс маркетинга как совокупность средств маркетинговой деятельности. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства распределения; средства стимулирования. Средства удовлетворения потребностей - товары, их роды и краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара. Рыночный жизненный цикл товаров (РЖЦТ): понятие, основные этапы, их характерные признаки. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Типы РЖЦТ. Средства распространения товаров. Торговые посредники. Основные понятия: сбыт, реализация и распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды распределения. Средства распределения: каналы распределения: виды (прямые, косвенные,	2	2		

		смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники: виды и типы.		
	13.	Практическое занятие: Этап жизненного цикла товара Решение ситуационных задач по формированию торгового ассортимента по результатам анализа потребности в флористических товарах и услугах. Определение этапов жизненного цикла флористической продукции и разработка программ маркетинговых мероприятий для выбранного товара.	2	3
		Самостоятельная работа обучающегося: Заполнение таблицы: Характеристика посредников разных типов.	2	3
		Содержание учебного материала:	4	
Тема 4.4. Ценовая политика	14.	Ценовая политика Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Механизм ценообразования на продукцию (услуги). Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними.	2	2
	15.	Практическое занятие: Ценовая политика Анализ ценовой политики организации (по заданию преподавателя).	2	3
		Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка реферата на тему: Факторы, влияющие на формирование цен в флористике	2	3
		Содержание учебного материала:		
Тема 4.5. Основы рекламы во флористике	16.	Сущность и структура рекламной деятельности. Основы рекламы во флористике. Реклама: понятие, цели и задачи. Функции, значение, обоснование необходимости рекламы. Структура рекламы: рекламное сообщение, изображение (визуальное подкрепление), звук и др. Объекты рекламы, их характеристика. Структура рекламной деятельности: цели, задачи, функции, средства и методы. Разработка рекламной стратегии.	2	2
	17.	Виды и средства рекламы Основные направления рекламной деятельности. Товарная реклама. Виды товарной рекламы по характеру рекламного сообщения: уведомительная, увещательная, сравнительная, напоминающая, подкрепляющая, убеждающая, внушающая, их характеристика. Связь с этапами жизненного цикла товара. Составляющие фирменного стиля в рекламе, товарных знаках, фирменной одежде персонала, оформлении интерьеров помещений, документов во флористике: логотип, фирменная марка, слоган, графический и словесный товарный знак, фирменные цвета, набор шрифтов, фирменная схема верстки, формат изданий, аудиообраз, фирменный символ, фирменный блок.	2	2
	18.	Классификация средств рекламы. Средства распространения рекламы: понятие, классификация. Элементы рекламы	2	2

	<p>(текст, изображение, свет, цвет, звук, шрифт), характеристика и использование. Носители рекламы и признаки их классификации: по способу воздействия на органы чувств; назначению; месту применения, использованию технических средств; краткая характеристика видов и разновидностей.</p> <p>Печатная реклама, характеристика, особенности. Стилистические требования к тексту рекламы: многозначность, метафоризация, сравнение, фразеологические обороты, художественные требования к тексту рекламы.</p> <p>Разработка рекламного сообщения. Правила создания рекламного слогана, приемы иллюстрирования рекламных текстов. Манипулятивные особенности рекламы.</p> <p>Аудиовизуальная реклама: рекламные кино- и видеофильмы, слайдфильмы), характеристика, преимущества и недостатки отдельных видов.</p> <p>Радиореклама(радио объявления, радио ролики, радиожурналы), особенности восприятия, задачи радиотекста.</p>			
19.	<p>Телевизионная и наружная реклама.</p> <p>Телевизионные ролики, объявления, телепередачи, телезаставки, рекламные фильмы; задачи и особенности телерекламы.</p> <p>Наружная реклама: назначение виды.</p>	2	2	
20.	<p>Практическое занятие. Разработка рекламного текста.</p> <p>Разработка рекламного текста для продвижения услуг по флористическому оформлению объектов интерьера и на открытом воздухе, с использованием срезанных и горшечных растений. Презентация и защита.</p>	2	3	
21.	<p>Экономическая эффективность и эффективность психологического воздействия средств рекламы</p> <p>Критерии социальной эффективности рекламы: переориентация потребителей на социально значимые товары и услуги, предотвращение рисков и опасностей, обеспечение безопасности потребителей и окружающей среды.</p> <p>Корректирующие мероприятия на основе анализа эффективности рекламы.</p> <p>Критерии экономической эффективности: рост товарооборота (прирост прибыли), затраты на рекламу, коэффициент эффективности. Определение экономической эффективности; расчет, использование результатов. Рентабельность рекламы.</p> <p>Критерии эффективности психологического воздействия: число охвата потребителей, глубина впечатления, степень привлечения внимания. Методы определения эффективности психологического воздействия; характерные особенности, применение.</p>	2	2	
22.	<p>Практическое занятие. Расчет эффективности рекламы.</p> <p>Решение ситуационных задач. Определение рентабельности рекламы и оценка ее эффективности, разработка мероприятий по повышению эффективности рекламы.</p>	2	3	
	<p>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</p> <p>Подготовить презентацию на тему: Средства распространения рекламы</p> <p>Выполнить реферат на тему: Правила разработки рекламного сообщения</p>	6	3	

	Составление схемы: Этапы разработки телерекламы			
Тема 4.6. Маркетинговые коммуникации и исследования	Содержание учебного материала:			
	23. Маркетинговые коммуникации Маркетинговые коммуникации: понятие, назначение, виды. Паблик-рилейшн: понятие, назначение, отличие от рекламы, формы. Выставки и ярмарки: понятие, цели и задачи, виды, их краткая характеристика. Прямой маркетинг: понятие, назначение, виды, достоинства и недостатки разных видов.	2	2	
	24. Маркетинговые исследования Маркетинговые исследования: понятие, цели, задачи и сущность. Основные направления исследований: изучение потребностей и спроса на товары, сегментация рынка, анализ конъюнктуры и емкости рынка, способы стимулирования сбыта и др. Типы исследований: разведочное, описательное, казуальное. Процесс маркетинговых исследований: этапы и процедуры, их краткая характеристика. Объекты исследования: потребности, спрос, товары и услуги, поведение потребителей, маркетинговая среда организации, каналы распределения товаров, цены; их краткая характеристика, основания для выбора. Обоснование целесообразности выбора объектов исследования.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося: Выполнение реферата на тему: Использование паблик-рилейшн в флористике.	2	3	
Итого за 6 семестр в том числе обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: практические занятия консультаций и самостоятельной работы обучающегося:	72 48 16 24			
Всего: в том числе обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: практические занятия консультаций и самостоятельной работы обучающегося:	181 122 32 59			
	Экзамен	-		ОК 1-9. ПК 1.1. – 1.3. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1.-3.4. ПК 4.1.-4.5. ЛР 2-4

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета Социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Грибов, В. Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании : учебник для учреждений СПО / В. Д. Грибов. – М.: ИЦ «Академия», 2019 – 144 с. – Текст : непосредственный.

Интернет ресурсы:

1. www.new-management.info
2. www.marketolog.ru
3. www.alleng.ru/edu/econom2.htm
4. www.pitportal.ru
5. www.creative-chef.ru/dlja-professionalov/dokumenty-dlja-obschepita
6. http://vsebusiness.ru/organizaciya_predprijatija_obshestvenogo_pitanija.html

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения учебных и практических занятий, текущего и промежуточного контроля, а также выполнения обучающимися индивидуальных (групповых) внеаудиторных самостоятельных работ (ВСР)

Раздел и/или тема	Результаты освоения дисциплины		Вид контроля	Формы и методы контроля	Вид оценочного средства	Форма индивидуального учёта успеваемости	Оценка результатов в **
	ЗУН *	Компетенции (код)					
Раздел 1. Тема 1.1.-1.3.	1	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9.	Текущий	Тестирование Выполнение внеаудиторной самостоятельной работы	Тест, Задание для ВСР	Учебный журнал, Ведомость оценки ОК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК
Раздел 2. Тема 2.1.- 2.5.	1,2	ОК 1. ОК 2. ОК3. ОК4. ОК5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 1.1. – 1.3. ПК 2.1.- 2.3. ПК 3.1.- 3.4. ПК 4.1.- 4.5.	Текущий	Устный и письменный опрос. Тестирование. Выполнение практических работ и внеаудиторной самостоятельной работы	Задания и вопросы для письменного и устного опроса, задания для выполнения практических работ и ВСР	Учебный журнал. Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК,ПК
Раздел 3. Тема 3.1.-3.3.	1,2	ОК 1. ОК 2. ОК3. ОК4. ОК5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 4.1.- 4.5.	Текущий	Устный и письменный опрос. Тестирование. Выполнение практических работ и внеаудиторной самостоятельной работы	Задания и вопросы для письменного и устного опроса, задания для выполнения практических работ и ВСР	Учебный журнал. Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК,ПК
Раздел 4. Тема 4.1.-4.6.	1,2	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7.	Текущий	Устный и письменный опрос. Тестирование. Выполнение практических работ и внеаудиторной самостоятельной работы	Задания и вопросы для письменного и устного опроса, задания для выполнения	Учебный журнал. Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК,ПК

		ОК 8. ОК 9. ПК 4.1.- 4.5.			практически х работ и ВСР		
ОП.06.	1,2	ОК 1. - ОК 9. ПК 1.1. – 1.3. ПК 2.1.- 2.3. ПК 3.1.- 3.4. ПК 4.1.- 4.5.	Промежуто чный	Экзамен	Экзаменац ионные билеты	Ведомость промежуто чной аттестации учебный журнал, зачетные книжки	Бальная (2-5) Дихотомич еская оценка ОК, ПК

ЗУН *

1 – знания

2 - умения

3 - навыки

Оценка результатов **

1) в баллах (2-5)

2) дихотомическая оценка:

1 – оценка положительная, т.е. ОК (ПК) сформированы

0 – оценка отрицательная, т.е. ОК (ПК) не сформированы

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения экономической теории; - принципы рыночной экономики; - современное состояние и перспективы развития отрасли; - роль и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике; - механизмы ценообразования на продукцию (услуги); - механизмы формирования заработной платы; - формы оплаты труда; - стили управления, виды коммуникации; - принципы делового и управленческого общения; - управленческий цикл; - особенности менеджмента в области флористики; - сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга в области флористики; - формы адаптации производства и сбыта к рыночной ситуации; - основы рекламы во флористике 	<p>Характеристики демонстрируемых знаний</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Оценка выполнения ситуационных задач</p> <p>Оценка результатов деятельности при участии в деловой игре</p> <p>Оценка результатов деятельности при участии в ролевой игре</p> <p>Оценка внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>Тестирование</p>
<p>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>Характеристики демонстрируемых умений</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы</p> <p>Оценка внеаудиторной самостоятельной работы</p>

ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРОГРАММЫ В ЧАСТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЛИЧНОСТНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Код личностных результатов реализации программы воспитания	Критерии ЛР	Методы измерения показателей ЛР

ЛР 2	<p>Проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону; Оценка собственного продвижения, личностного развития; Конструктивное взаимодействие в учебном коллективе; Демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа; Добровольческие инициативы по поддержке инвалидов и пожилых граждан; Сформированность гражданской позиции; участие в волонтерском движении; Проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности.</p>	<p>Анкетирования Опрос Тестирования различного вида Творческие задания и анализ их выполнения Личная книжка волонтера (сайт «DOBRO.RU»)</p>
ЛР 3	<p>Отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся; Отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве.</p>	<p>Наблюдение за поведением студентов Индивидуальные беседы Опросы Анкетирования Тестирования различного вида</p>
ЛР 4	<p>Демонстрация интереса к будущей профессии; Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; Проявление высокопрофессиональной трудовой активности; Участие в исследовательской и проектной работе; Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях; Конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде; Проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве.</p>	<p>Опрос Анкетирования Конкурсы профмастерства Творческие задания и анализ их выполнения Тестирования различного вида Индивидуальные беседы</p>