

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**  
**государственное автономное профессиональное образовательное учреждение**  
**Саратовской области «Марковский политехнический колледж»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ**  
**КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**ОП.05 ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ В**  
**ОРГАНИЗАЦИЯХ ПИТАНИЯ**

**для студентов заочного отделения**  
**по специальности**

**43.02.15 Поварское и кондитерское дело**  
**на базе среднего общего образования**

**г. Маркс,**  
**2018 г.**

## Содержание

1. Пояснительная записка
  2. Тематический план для заочной формы обучения
  3. Методические указания по темам и вопросы для самоконтроля
  4. Методические указания по выполнению контрольной работы
    - 4.1. Основные требования к содержанию и оформлению контрольной работы
    - 4.2. Порядок представления контрольной работы в образовательное учреждение, ее проверки, рецензирования и переработки
    - 4.3. Варианты заданий контрольной работы и рекомендации по их выполнению
- Приложение 1  
Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов,  
дополнительной литературы

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящие методические рекомендации предназначены для студентов 1 курса заочного отделения для специальности: 43.02.15 Поварское и кондитерское дело на базе среднего общего образования

Письменная (домашняя) контрольная работа является обязательной формой межсессионного контроля самостоятельной работы студента и отражает степень освоения студентом материала.

Целью методических рекомендаций по выполнению контрольных работ является оказание методической помощи студентам при выполнении контрольной работы по учебной дисциплине: **Экономика, менеджмент, маркетинг в организациях питания**. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ содержат необходимые сведения по содержанию и оформлению работы.

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

- участвовать в выборе наиболее эффективной организационно - правовой формы для деятельности организации ресторанного бизнеса, формировании пакета документов для открытия предприятия;
- рассчитывать и планировать основные технико-экономические показатели деятельности организации ресторанного бизнеса и анализировать их динамику;
- анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации;
- рассчитывать показатели эффективности использования ресурсов организации;
- проводить инвентаризацию на предприятиях питания;
- пользоваться нормативной документацией и оформлять и учетно-отчетную документацию (заполнять договора о материальной ответственности, доверенности на получение материальных ценностей, вести товарную книгу кладовщика, списывать товарные потери, заполнять инвентаризационную опись; оформлять поступление и передачу материальных ценностей, составлять калькуляционные карточки на блюда и кондитерские изделия, документацию по контролю наличия запасов на производстве);
- оценивать имеющиеся на производстве запасы в соответствии с требуемым количеством и качеством, рассчитывать и анализировать изменение показателей товарных запасов и товарооборачиваемости, использовать программное обеспечение при контроле наличия запасов
- анализировать состояние продуктового баланса предприятия питания;
- вести учет реализации готовой продукции и полуфабрикатов;
- калькулировать цены на продукцию собственного производства и полуфабрикаты производимые организацией ресторанного бизнеса;

- рассчитывать налоги и отчисления, уплачиваемые организацией ресторанного бизнеса в бюджет и в государственные внебюджетные фонды,
- рассчитывать проценты и платежи за пользование кредитом, уплачиваемые организацией банку;
- планировать и контролировать собственную деятельность и деятельность подчиненных;
- выбирать методы принятия эффективных управленческих решений;
- управлять конфликтами и стрессами в организации;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия;
- анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг;
- составлять бизнес-план для организации ресторанного бизнеса
- анализировать возможности организации питания в области выполнения планов по производству и реализации на основании уровня технического оснащения, квалификации поваров и кондитеров;
- прогнозировать изменения на рынке ресторанного бизнеса и восприятие потребителями меню;
- анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанного бизнеса;
- грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке);
- проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанного бизнеса.

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

- понятие, цели и задачи экономики, основные положения экономической теории;
- принципы функционирования рыночной экономики, современное состояние и перспективы развития отрасли;
- виды экономической деятельности (отрасли народного хозяйства),
- сущность предпринимательства, его виды, значение малого бизнеса для экономики страны, меры господдержки малому бизнесу, виды предпринимательских рисков и методы их минимизации;
- классификацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике по признакам;
- цели и задачи организации ресторанного бизнеса, понятие концепции организации питания;
- этапы регистрации и порядок ликвидации организаций, понятие банкротства, его признаки и методы предотвращения;
- факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней

- среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT-анализ);
- функции и задачи бухгалтерии как структурного подразделения предприятия, организацию учета на предприятии питания, объекты учета, основные принципы, формы ведения бухгалтерского учета, реквизиты первичных документов, их классификацию, требования к оформлению документов, права и обязанности главного бухгалтера организации питания, понятие инвентаризации;
    - виды экономических ресурсов (оборотные и внеоборотные активы, трудовые ресурсы), используемых организацией ресторанного бизнеса и методы определения эффективности их использования;
  - понятие и виды товарных запасов, их роль в общественном питании, понятие товарооборачиваемости, абсолютные и относительные показатели измерения товарных запасов, методику анализа товарных запасов предприятий питания;
  - понятие продуктового баланса организации питания, методику планирования поступления товарных запасов с помощью показателей продуктового баланса;
  - источники снабжения сырьём, продуктами и тарой, учет сырья, продуктов и тары в кладовых предприятий общественного питания, документы, используемые в кладовых предприятия; товарную книгу, списание товарных потерь, отчет материально - ответственных лиц,
  - учет реализации продукции собственного производства и полуфабрикатов;
  - понятия «производственная мощность» и «производственная программа предприятия», их содержание, назначение, факторы формирования производственной программы, исходные данные для её экономического обоснования и анализа выполнения, методику расчета пропускной способности зала и коэффициента её использования;
    - требования к реализации продукции общественного питания;
    - количественный и качественный состав персонала организации;
    - показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда;
  - формы и системы оплаты труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы;
  - состав издержек производства и обращения организаций ресторанного бизнеса;
  - механизмы ценообразования на продукцию (услуги) организаций ресторанного бизнеса;
  - основные показатели деятельности предприятий общественного питания и методы их расчета;
  - понятие товарооборота, дохода, прибыли и рентабельности предприятия, факторы, влияющие на них, методику расчета, планирования, анализа;
  - сущность, виды и функции кредита, принципы кредитования предприятий, виды кредитов, методику расчета процентов за

- пользование банковским кредитом, уплачиваемых предприятием банку;
- налоговую систему РФ: понятие, основные элементы, виды налогов и отчислений, уплачиваемых организациями ресторанного бизнеса в государственный бюджет и в государственные внебюджетные фонды, методику их расчета;
  - понятие бизнес-планирования, виды и разделы бизнес-плана;
  - сущность, цели, основные принципы и функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникация и принятие управленческих решений), особенности менеджмента в области профессиональной деятельности;
  - стили управления;
  - способы организации работы коллектива, виды и методы мотивации персонала
  - правила делового общения в коллективе;
  - сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;
  - понятие сегментация рынка;
  - методы проведения маркетинговых исследований;
  - понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга);
  - организацию управления маркетинговой деятельностью в организации ресторанного бизнеса.
- 

В результате освоения дисциплины обучающийся осваивает элементы компетенций:

ОК.1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК.2 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК.3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК.4 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК.5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК.7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК.9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК.10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

ОК.11 Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

ПК 6.1 Осуществлять разработку ассортимента кулинарной и кондитерской продукции, различных видов меню с учетом потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания.

ПК 6.2. Осуществлять текущее планирование, координацию деятельности подчиненного персонала с учетом взаимодействия с другими подразделениями.

ПК 6.3. Организовывать ресурсное обеспечение деятельности подчиненного персонала.

ПК 6.4. Осуществлять организацию и контроль текущей деятельности подчиненного персонала.

## 2.МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

### 2.1. Основные требования к содержанию и оформлению контрольной работы

Контрольная работа по дисциплине ОП.03 ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПИТАНИЯ выполняется на 2 курсе обучения, которая включает в себя выполнение заданий по вариантам.

Вариант задания определяется преподавателем самостоятельно по буквам алфавита фамилии студентов в соответствии с таблицей:

<b>Буква фамилии студента</b>	<b>Номер варианта</b>
А-Е	Вариант 1
Ж-М	Вариант 2
Н-Р	Вариант 3
С-Ф	Вариант 4
Х-Я	Вариант 5

Работа оформляется на одной стороне стандартного листа формата А4 (210x297 мм) белой односторонней бумаги одним из двух способов: компьютерным, или рукописным.

При оформлении работ компьютерным способом – текст оформляется шрифтом TimesNewRoman, кегль шрифта 12-14 пунктов, межстрочный интервал – полуторный. При оформлении рукописным способом работа пишется разборчивым почерком. Высота букв и цифр должна быть не менее 2,5 мм. Для пометок рецензента должны быть оставлены поля шириной 3-4 см.

На обложке тетради указывается наименование учебного заведения; наименование дисциплины, темы по которой написана контрольная работа; курс, группа; фамилия, имя и отчество студента, домашний адрес и телефон. Титульный лист контрольной работы, выполненной компьютерным способом, оформляется в соответствии с **Приложением 1**.

Работа должна содержать обобщения и выводы, сделанные на основе изучения литературы в целом.

Контрольная работа должна содержать список литературы, которую студент изучил и использовал при написании работы. Список должен быть правильно оформлен (с точными библиографическими данными) в алфавитном порядке.

Объем контрольной работы должен составлять не менее 10-15 печатных листов, Допускается увеличение объема работы на 20-30 %.

Работа должна иметь общую нумерацию страниц. На титульном листе номер страницы не ставится.

## **2.2 Порядок представления контрольной работы, ее проверки, рецензирования и переработки**

В установленные учебным графиком сроки, студент направляет выполненную работу для проверки в учебное заведение. Дата получения работы отмечается зав. отделения в журнале регистрации контрольных работ. После регистрации зав. отделением передает контрольную работу для проверки и рецензирования преподавателю, ведущему учебную дисциплину.

Контрольная работа, признанная рецензентом удовлетворительной, оценивается словом «зачтено». Удовлетворительной считается работа, выполненная не менее чем на 70%.

В случае если контрольная работа «зачтена условно», преподаватель дает указания по устранению недостатков, рекомендует раздел или тему учебников, которые должен изучить студент.

Контрольная работа, в которой не раскрыто основное содержание вопросов задания или в которой имеются грубые ошибки в освещении вопроса, а также выполненная не по варианту задания не зачитывается и возвращается студенту с подробной рецензией для дальнейшей работы над заданием. Студент обязан устранить недостатки контрольной работы, после чего контрольная работа должна быть возвращена в учебную часть вместе с ранее выполненной. Повторно выполненная контрольная работа должна направляться на рецензирование тому преподавателю, который проверял работу в первый раз.

Оценка за контрольную работу имеет свое отражение в журнале.

## **2.3. Варианты заданий контрольной работы**

### **1 вариант**

1. Экономика как система рыночных отношений.
2. Руководство: власть и партнёрство.
3. Понятия и концепции маркетинга.

### **2 вариант**

1. Расчет основных технико-экономических показателей деятельности организации.
2. Применение приемов делового и управленческого общения.
3. Маркетинговая среда и ее структура.

### **3 Вариант**

1. Трудовые ресурсы.
2. Система методов управления.
3. Анализ ситуации на рынке товаров и услуг.

### **4 вариант**

1. Организация нормирования и оплаты труда.
2. Основы теории принятия управленческих решений.
3. Товарная и ценовая политика маркетинга.

### **5 Вариант**

1. Механизмы ценообразования на продукцию (услуги).
2. Мотивация сотрудников.
3. Сбытовая политика маркетинга.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

государственное автономное профессиональное образовательное  
учреждение Саратовской области  
«Марковский политехнический колледж»

Шифр \_\_\_\_\_

## Контрольная работа

Дисциплина \_\_\_\_\_

студента (студентки) заочного отделения

\_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы

\_\_\_\_\_  
Фамилия, Имя, Отчество (в родительном падеже)

Домашний адрес \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Дата сдачи \_\_\_\_\_

Преподаватель \_\_\_\_\_

Ф.И.О.

Оценка: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

(подпись)

Дата проверки \_\_\_\_\_

г. Маркс,  
201\_\_г.

## **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

### **Основные источники**

1. Российская Федерация. Законы. Трудовой кодекс Российской Федерации: федер. закон: [принят Гос. Думой 21 дек. 2001 г.: по состоянию на 26 апр. 2016 г.] М.: Рид Групп, 2016. – 256 с. – (Законодательство России с комментариями к изменениям).
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации: офиц. текст: [по сост. на 1 мая. 2016 г.]. М.: Омега-Л, 2016. – 688с. – (кодексы Российской Федерации).
3. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации: [федер. закон: принят Гос. Думой 16 июля 1998 г.: по состоянию на 1 янв. 2016 г.]. М.: ЭЛИТ, 2016- 880с. (кодексы Российской Федерации).
4. ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения.- Введ. 2015-01-01. - М.: Стандартинформ, 2014.-III, 10 с.
5. ГОСТ 31987-2012 Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию. Введ. 2015 – 01 – 01. – М.: Стандартинформ, 2014.- III, 16 с.
6. ГОСТ 30389 - 2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования – Введ. 2016 – 01 – 01. – М.: Стандартинформ, 2014.- III, 12 с.
7. Драчева Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент: учебник для сред. проф. образования / Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов М.: Издательский центр «Академия»,2013. – 304 с.
8. Жабина С.Б., Бурдюгова О.М., Колесова А.В. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: учебник для студентов СПО/ С.Б. Жабина, О.М. Бурдюгова, А.В.Колесова. 3-е изд. Стер.- М.: Издательский центр «Академия», 2015. – 336 с.
9. Липсиц И.В. Основы экономики: учебник для сред. спец. учеб. заведений / И.В. Липсиц. – 3-е изд., перераб.
10. Косьмин А.Д., Свинтицкий Н.В., Косьмина Е.А..Менеджмент: учебник для сред. проф. образования / А.Д. Косьмин, Н.В. Свинтицкий, Е.А. Косьмина. М.: Академия, 2013.
11. Носова С.С. Основы экономики: учебник СПО. / С.С. Носова. - Москва : КноРус, 2015. - 312 с.
12. Потапова И.И. Калькуляция и учет: учеб. для учащихся учреждений нач. проф. образования/ И.И. Потапова. М.: Образовательно-издательский центр «Академия»; ОАО «Московские учебники», 2013.-176с.

## Дополнительные источники (печатные издания)

1. Алексунин В.А. Маркетинг: учеб. для сред. проф. образования / В.А. Алексунин. – М.: Дашков и К°, 2009. – 200 с.
2. Быстров С.А. Экономика и организация ресторанного бизнеса: учебное пособие/ С.А. Быстров. – М.: Форум, 2011. - 464с.
3. Гомола А. И. Бизнес-планирование: Уч пос для студ.СПО/ Гомола А. И., Жанин П. А. 7-е изд., стер. М.: Академия, 2011. – 144 с.
4. Ефимова О.П. Экономика общественного питания: учеб. пособие для вузов / О.П. Ефимова; Под ред. Н.И. Кабушкина. - 6-е изд., испр. - Мн.: Новое знание, 2008. - 348с.
5. Жабина С.Б. Маркетинг продукции и услуг: общественное питание: учеб. пособие для сред. проф. образования / С.Б. Жабина. – М.: Академия, 2005. -224 с.
6. Куликова О.А., Перетятко М.Ю..Бухгалтерский учет в общественном питании: учеб. пособие/О.А. Куликова, М.Ю. Перетятко. Ростов-на-Дону. Феникс, 2007-278 с.
7. Мтвралашвили Г.И. Прибыльный ресторан. Советы владельцам и управляющим. Г.И Мтвралашвили. - СПб.: Питер,2011. - 256с.
8. НиколаеваТ.И., Егорова Н.Р. Экономика предприятий торговли и общественного питания. \ НиколаеваТ.И., Егорова Н.Р. – Москва , «Кнорус», 2008. -365 с.
9. Солдатенков Д.В. Ресторанный персонал: как избежать проблем. / Д.В.Солдатенков.:М.ЗАО.Издательский дом Рестораны ведомости,2005.- 192с.

## электронные издания

[http:// www. Management-Portal.ru](http://www.Management-Portal.ru)

[http:// www. Economi.gov.ru](http://www.Economi.gov.ru)

[http:// www. Minfin.ru](http://www.Minfin.ru) <http://www.aup.ru>

Российская Федерация. Законы. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (действующая редакция, 2016г) <http://www.consultant.ru>

**ПЕРЕЧЕНЬ**  
**примерных вопросов к экзамену по дисциплине**  
**ОП.05 Экономика, менеджмент, маркетинг в организациях питания**

1. Сущность отрасли и характеристика основных отраслей.
2. Экономика как система рыночных отношений.
3. Трудовые ресурсы.
4. Организация нормирования и оплаты труда.
5. Механизмы ценообразования на продукцию (услуги).
6. Понятие расходов организации, их состав.
7. Понятие, функции, виды цен.
8. Рентабельность и ее виды.
9. Понятие и сущность менеджмента.
10. Внешняя и внутренняя среда организации.
11. Основы теории принятия управленческих решений.
12. Типы решений и требования, предъявляемые к ним.
13. Руководство: власть и партнёрство.
14. Система методов управления.
15. Понятие коммуникации, ее основные виды и функции.
16. Принципы делового общения в коллективе.
17. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности.
18. Общение в трудовом коллективе.
19. Понятия и концепции маркетинга.
20. Взаимосвязь менеджмента и маркетинга.
21. Маркетинговая среда и ее структура.
22. Составляющие маркетинговой среды.
23. Товарная и ценовая политика маркетинга.
24. Сбытовая политика маркетинга.
25. Формы адаптации производства.
26. Стратегии сбыта в рыночной ситуации.
27. Расчет основных технико-экономических показателей деятельности организации.
28. Расчет стоимости продукции.
29. Применение приемов делового и управленческого общения.
30. Анализ ситуации на рынке товаров и услуг.