

Департамент образования и науки Костромской области
областное государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Костромской торгово-экономический колледж»

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
Маркетинговая деятельность в организациях
общественного питания

2015 год

Одобрена
цикловой методической комиссией
механико-технологических дисциплин

Протокол № 1 от 29.08. 2015 г.

Председатель: _____ Красовская Т.В.

Автор: Чернова Д.А.- преподаватель
дисциплин специального цикла

Программа разработана
на основе Федерального
Государственного
образовательного стандарта (ФГОС) по
специальностям среднего специального
образования (СПО) укрупненной
группы
43.00.00 Сервис и туризм
по специальности:
43.02.01 Организация обслуживания в
общественном питании

Зам. директора по УР _____
А.А.Смирнова

Программа учебной дисциплины разработана на основе примерной основной профессиональной образовательной программы, рассмотренной областным экспертным советом от 30 августа 2011 г. протокол № 3 и утвержденной департаментом образования и науки Костромской области от 31 августа 2011г. приказ № 1462 «Об открытии и закрытии региональных площадок и утверждении примерных основных профессиональных образовательных программ».

Организация-разработчик:

ОГБПОУ «Костромской торгово-экономический колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	15

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена с ФГОС по специальности (специальностям) 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **маркетинговая деятельность в организациях общественного питания** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организаций общественного питания
2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт
3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области организации обслуживания в общественном питании при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выявления и анализа потребностей в продукции и услугах общественного питания;
- участия в разработке комплекса маркетинга;
- определения подкрепления продукции и услуг;
- анализа сбытовой и ценовой политики;
- консультирования потребителей;
- разработки предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности;
- выявления конкурентов организации общественного питания и определения конкурентоспособности ее продукции и услуг;
- участия в маркетинговых исследованиях;

уметь:

- выявлять, анализировать и формировать спрос на услуги общественного питания;
- проводить сегментацию рынка;
- участвовать в проведении маркетинговых исследованиях рынка, собирать и анализировать маркетинговую информацию;
- разрабатывать подкрепление продукции и услуг общественного питания;
- определять направления сбытовой и ценовой политики, обосновывать целесообразность их выбора;
- выбирать и применять маркетинговые коммуникации для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта;
- собирать и анализировать информацию о ценах;
- осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации;
- разрабатывать анкеты и опросные листы;
- составлять отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты;
- обосновывать целесообразность применения средств и методов маркетинга, выбирать и использовать наиболее рациональные из них, давать свои предложения при разработке маркетинговых мероприятий, направленных на совершенствование работы организации в области сбыта и ценообразования;
- выбирать, определять и анализировать показатели конкурентоспособности (качество, цену), учитывать их при анализе конкурентных преимуществ, делать выводы о конкурентоспособности организации;

знать:

- цели, задачи, принципы, функции, концепции, объекты, средства, методы маркетинга, понятие и структуру маркетинговой среды организации;
- особенности жизненного цикла продукции и услуг общественного питания: этапы, маркетинговые мероприятия;
- особенности маркетинга услуг общественного питания;
- средства и методы продвижения продукции и услуг общественного питания;
- комплекс маркетинга, средства и методы маркетинговой деятельности, стратегии маркетинга;
- маркетинговые исследования: понятие, значение; виды, объекты, методы, этапы и правила проведения;

- источники и критерии отбора маркетинговой информации;
- критерии и показатели оценки конкурентоспособности продукции и услуг общественного питания, методики оценки;

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 243 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 171 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 114 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 57 часов;
- производственной практики – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **маркетинговая деятельность в организациях общественного питания**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.	Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организаций общественного питания.
ПК 2.	Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт
ПК 3.	Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией
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 7.	Брать на себя ответственность работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (<i>ἀπὸ τῆς ἰδία ὀνήϊτοῦ δάτῃ δάττῃ δάττῃ ἰδία δάττῃ ἰδία δάττῃ</i>)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1-3.1	МДК 03.01. Маркетинг в организациях общественного питания	171 час	62	58		57	-	-	-
	МДК 03.02 Производственная практика								72
	Всего:	171 час	62	58		57			72

* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (аἵρεσις ἰδαῶνῶνἰδοῦσάτι)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 03. Обеспечение маркетинговой деятельности в организациях общественного питания			
МДК 03.01. Маркетинг в организациях общественного питания		114	
Тема 3.1. Методологические основы маркетинга	Содержание учебного материала	12	1
	1. Социально-экономическая сущность маркетинга и его основные концепции		
	2. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга. Сегментация рынка		
	3. Объекты и субъекты маркетинга		
	4. Средства и методы маркетинга, их характеристика		
	5. Понятие и структура маркетинговой среды организации		
	Практические занятия	4	2
1. Проведение сегментации рынка		2	
2. Анализ маркетинговой среды организации			
Тема 3.2. Маркетинг услуг общественного питания	Содержание учебного материала	12	
	1. Сущность и характеристика услуг		
	2. Услуги общественного питания, классификация		
	3. Особенности маркетинга услуг общественного питания		
	4. Понятие, сущность и особенности формирования спроса в общественном питании. Факторы, влияющие на спрос		
	5. Классификация видов спроса в общественном питании и их характеристика		
	6. Поведение потребителей на рынке услуг организаций общественного питания: модель покупательского поведения, факторы		
	Практические занятия	8	3
	1. Анализ рынка услуг общественного питания		2
	2. Анализ факторов, влияющих на качество услуг и разработка мероприятий		
	3. Выявление, анализ и формирование спроса на услуги общественного питания		
4. Анализ поведения потребителей на рынке услуг общественного			

		питания		
Тема 3.3. Комплекс маркетинга	Содержание учебного материала		18	3
	1.	Средства удовлетворения потребностей		
	2.	Жизненный цикл продукции и услуг общественного питания: этапы и маркетинговые мероприятия		
	3.	Ценовая политика в комплексе маркетинга		
	4.	Средства распространения продукции и услуг общественного питания		
	5.	Средства и методы продвижения продукции и услуг общественного питания		
	6.	Стратегии маркетинга		
	Практические занятия		18	2
	1.	Определение жизненного цикла продукции и услуг и разработка подкрепления продукции и услуг общественного питания		
	2.	Определение направлений сбытовой и ценовой политики, обоснование целесообразности их выбора		
	3.	Сбор и анализ информации о ценах		
	4.	Выбор и применение маркетинговых коммуникаций для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта		
	5.	Обоснование целесообразности применения средств и методов маркетинга, выбор наиболее рациональных из них		
6.	Разработка предложений по совершенствованию работы в области сбыта и ценообразования			
Тема 3.4. Маркетинговые исследования	Содержание учебного материала		12	3
	1.	Маркетинговые исследования: понятие, значение, объекты, методы		
	2.	Источники и критерии отбора маркетинговой информации		
	3.	Информационное обеспечение изучения спроса на продукцию и услуги общественного питания		
	4.	Этапы и правила проведения маркетинговых исследований	18	2
	Практические занятия			
	1.	Сбор и обработка маркетинговой информации		
	2.	Овладение методикой разработки анкет и опросных листов		
	3.	Овладение методикой проведения маркетинговых исследований рынка, составление отчета по результатам исследования		
	4.	Определение спроса и потребностей в услугах общественного питания		
5.	Выбор целевого рынка организации общественного питания	4	3	
Содержание учебного материала				
1.	Критерии и показатели оценки конкурентоспособности продукции и услуг общественного питания			
2.	Методика оценки конкурентоспособности продукции и услуг общественного питания	8		
Практические занятия				

	1.	Выбор и анализ показателей конкурентоспособности.		
	2.	Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ, разработка выводов о конкурентоспособности организации		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 1			57	
	1.	Подготовка рефератов по темам дисциплины		
	2.	Подготовка презентаций по отдельным темам		
	3.	Разработка критериев сегментации рынка продукции и услуг		
	4.	Изучение поведения потребителей и способов воздействия на них		
	5.	Разработка предложений по совершенствованию работы в области сбыта и ценообразования		
	6.	Разработка предложений по формированию комплекса маркетинга в организациях общественного питания		
	7.	Разработка предложений по обеспечению конкурентоспособности продукции и услуг общественного питания		
	8.	Разработка предложений по осуществлению рекламной деятельности организации общественного питания		
	9.	Разработка плана маркетинга организации общественного питания		
Примерная тематика домашних заданий				
	1.	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).		
	2.	Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		
	3.	Самостоятельное изучение правил проведения различных маркетинговых исследований		
Производственная практика (по профилю специальности)			72	
Виды работ:				
	1.	Выявление и анализ потребностей в продукции и услугах общественного питания		
	2.	Участие в разработке комплекса маркетинга		
	3.	Определение подкрепления продукции и услуг		
	4.	Анализ сбытовой и ценовой политики		
	5.	Консультирование потребителей		
	6.	Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности		
	7.	Выявление конкурентов организации общественного питания и определение конкурентности ее продукции и услуг		
	8.	Участие в маркетинговых исследованиях		
Всего			243	

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).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Маркетинг».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Маркетинг»:

- комплект бланков технологической документации;
- комплект учебно-методической документации;

Технические средства обучения:

- компьютерное и мультимедийное оборудование;
- Интернет ресурсы.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Жабина С.Б. Маркетинг продукции и услуг: Общественное питание: Учебное пособие. – М.: ИЦ «Академия», 2013.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга/Ф. Котлер. Пер. с англ. В.Б. Боброва. – М.: Бизнес-книга, 2011.- 698 с.
3. Магомедов, Ш.Ш. Маркетинговые исследования товаров и услуг: Учебное пособие/ Ш.Ш. Магомедов. – М.: Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2010. – 296 с.
4. Мазилкина Е.И.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник. – М. Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2012

Дополнительные источники:

Журналы «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом».

Интернет- ресурсы:

1. www.4p.ru – Сайт по теории и практике маркетинга;
2. www.marketing.spb.ru – Публикации по вопросам маркетинга;
3. www.marketolog.ru – Сетевой журнал о маркетинге и рекламе;
4. www.7st.ru – Сетевой журнал о маркетинге и рекламе;
5. www.ime-link.ru – Маркетинг: теория практика обучение;
6. www.manager.ru – Сайт о менеджменте, маркетинге, рекламе;
7. www.ram.ru – Российская ассоциация маркетинга

8. marketing.web-3.ru – портал Маркетинг;
9. www.aup.ru – AUP.Ru: Маркетинг;

Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Выполнение работ по профессии рабочих, должностям служащих».

Профессиональному модулю «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» должны предшествовать дисциплины: «Техническое оснащение организаций общественного питания и охрана труда», «Организация производства в общественном питании» «Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций», «Экономика организации», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): реализация основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.01 «Организация обслуживания в общественном питании» должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания». Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организаций общественного питания.	Выбор методов исследования потребностей. Разработка анкет и опросных листов. Анализ выявленных потребностей. Составление отчета по результатам исследований по выявлению потребностей. Разработка предложений	Текущий контроль в форме защиты практических работ. Тестирование Комплексный экзамен по профессиональному модулю.
Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт	Анализ методов формирования спроса на услуги общественного питания. Разработка маркетинговых мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта. Выбор наиболее рациональных мероприятий. Разработка комплекса маркетинга	Текущий контроль в форме защиты практических работ. Тестирование Комплексный экзамен по профессиональному модулю. Зачеты по производственной практике
Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией	Выбор и анализ показателей конкурентоспособности и конкурентных преимуществ продукции и услуг общественного питания. Оценка эффективности маркетинговой деятельности. Разработка предложений по обеспечению конкурентоспособности продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией	Текущий контроль в форме защиты практических работ. Тестирование Комплексный экзамен по профессиональному модулю. Зачеты по производственной практике

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность

профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к будущей профессии. - аргументированность и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии; - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; - наличие положительных отзывов по итогам практики; - участие в студенческих конференциях, конкурсах и т. д. 	<ul style="list-style-type: none"> Защита мультимедийных презентаций Защита отчетов по итогам прохождения практики Тестирование
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач. 	<ul style="list-style-type: none"> Защита презентаций Защита отчетов по итогам прохождения практики Тестирование Защита отчетов по итогам выполнения заданий
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области маркетинга в общественном питании 	<ul style="list-style-type: none"> Тестирование Защита отчетов по итогам выполнения заданий
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> - нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	<ul style="list-style-type: none"> Автоматизированный контроль. Защита презентаций.
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	<ul style="list-style-type: none"> - самоанализ и коррекция результатов собственной работы, работы коллектива подчиненных 	<ul style="list-style-type: none"> Тестирование Защита отчетов по итогам выполнения заданий