

**МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ  
НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ  
ОГА ПОУ «Новгородский торгово-технологический техникум»**

УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель директора по  
учебной работе

 С.П. Вихрова

« 31 » августа 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ  
ПРАКТИКИ**

---

**ПМ 03 МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОРГАНИЗАЦИЯХ  
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании  
*по программе подготовки специалистов среднего звена  
социально – экономического профиля*

Квалификация выпускника – менеджер

Великий Новгород, 2018

Рабочая программа учебной и производственной практики ПМ03 «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.05.2014 № 465 и учебным планом, утвержденным ОГА ПОУ «НТТТ»

Организация-разработчик: областное государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Новгородский торгово-технологический техникум

Разработчики:

Кравченко С.В. *методист УМО*

Рабочая программа учебной и производственной практики обсуждена и рекомендована к утверждению решением цикловой методической комиссии «Общественное питание» от \_\_\_\_\_ 2018 г., протокол № \_\_\_\_

Председатель ЦМК \_\_\_\_\_

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
1.1 Область применения программы	4
1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения модуля	4
1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы модуля	4
<b>2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>8</b>
3.1 Тематический план и содержание профессионального модуля	8
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>12</b>
4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	12
4.2 Информационное обеспечение обучения	12
4.3 Общие требования к организации образовательного процесса	13
4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса	14
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>15</b>

## **ПРИЛОЖЕНИЕ**

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

---

## ПМ03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной и производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании.

Рабочая программа учебной и производственной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке.

### 1.2 Цель и задачи учебной и производственной практики

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 исследований 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,

### **1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение модуля**

учебная практика – 36 часов;

производственная практика – 72 часа.

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися общих и профессиональных компетенций:

ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК3. 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 за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ПК 3.1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания.

ПК3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт.

ПК3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией.

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
3.1 Тематический план профессионального модуля ПМ03 «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания»**

Коды ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Практика	
		Учебная	Производственная
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
ПК3.1	МДК 03.01 Маркетинг в организациях общественного питания		
ПК3.2			
ПК3.3			
ПК3.1	Учебная практика	36	-
ПК3.2	Производственная практика (по профилю специальности),	-	72
ПК3.3			
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>36</b>	<b>72</b>

**Тематический план учебной практики  
ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания»**

№ п/п	Содержание и виды работ	Количество часов/дней
1	<b>Основы маркетинга услуг общественного питания</b> Понятие и сущность маркетинга. Маркетинговое понимание услуги. Классификация и виды маркетинга	6ч/1дн.
2	<b>Организация и проведение маркетинговых исследований на предприятиях общественного питания</b> Понятие конкуренции. Виды конкуренции. Понятие и сущность маркетингового исследования	6ч/1дн



	<p>рынка. Маркетинговая информационная система: понятия, структура, классификация. Методические основы маркетинговых исследований.</p>	
3	<p><b>Поведение потребителей на рынке услуг предприятий общественного питания.</b>          Сущность покупательского поведения. Сегментация рынка. Модель покупательского поведения. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.</p>	6ч/1дн.
4	<p><b>Товарная политика предприятия</b>          Сущность и значение товарной политики. Формирование товарной политики. Критерии оценки качества и конкурентоспособности услуг и их характеристика.</p>	6ч/1дн
5	<p><b>Система товародвижения и управления каналами распределения</b>          Основные факторы, определяющие выбор канала распределения. Характеристика посредников и участников каналов сбыта. Система и стратегия продвижения товара.</p>	6ч/1дн
6	<p><b>Ценовая политика в комплексе маркетинга</b>          Ценообразование: понятие и сущность. Виды, методы и цели ценообразования. Цена и ее функции          Ценовая политика.          Факторы, оказывающие влияние на ценообразование. Особенности установления цены на товары и услуги в системе.          Управление ценой предложения.</p>	6ч/1дн
	<b>ИТОГО:</b>	<b>36 часа/ 6 дней</b>

**Тематический план производственной практики**  
**ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания»**  
**МДК 03.01 Маркетинг в организациях общественного питания**

№ п/п	Содержание и виды работ	Количество часов/дней
1	Тема 1. Ознакомление с предприятием Организация маркетинга на предприятии общественного питания	12ч/2дн.
2	Тема 2. Факторы формирования покупательского спроса Анализ точек соприкосновения	12ч/2дн
3	Тема 3. Анализ маркетинговой среды организации Анализ конкурентов	12ч/2дн .
4	Тема 4. Первичные маркетинговые исследования Сегментирование рынка	12ч/2дн
5	Тема 5. Разработка стратегии позиционирования Сбыт, стимулирование потребителей	12ч/2дн
6	Тема 6. Организация продвижения Реклама и эффективное продвижение товара	12ч/2дн
	<b>ИТОГО:</b>	<b>72 часа/ 12 дней</b>
	<b>Форма аттестации экзамен квалификационный</b>	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация учебной и производственной программы модуля «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» требует наличия кабинета маркетинга

Оборудование учебного кабинета и лаборатории:

1. Посадочные места по количеству обучающихся
2. Рабочее место преподавателя
3. Переносная мультимедийная аппаратура (по необходимости)
4. Технические средства обучения (по необходимости)
5. Компьютеры
6. Программное обеспечение общего назначения (по необходимости)

### **4.2 Информационное обеспечение обучения**

#### **Основные источники:**

1. Жабина С.Б, Колесова А.В., Бугдюгова О.Н., "Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании", 2е издание, М.: Издательский центр "Академия", 2015.-336 с
2. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.:
3. Федько В.П. Маркетинг: Учебник /В.П. Федько, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова, С.А. Иващенко; под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М: Академцентр, 2012. - 368 с.

#### **дополнительные источники:**

1. Маслова, Т.Д., Маркетинг [Текст] Т.Д.Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик – СПб.: Питер, 2012. – 400 с.

2.Реброва Н.П. Основы маркетинга: учебник и практикум для СПО /Н.П. Реброва.—М.: Издательство Юрайт, 2015. — 277 с

[http://fictionbook.ru/author/natalya\\_petrovna\\_rebrova/osnovyi\\_marketinga\\_uchebnik\\_i\\_praktikum\\_dlya\\_spo/](http://fictionbook.ru/author/natalya_petrovna_rebrova/osnovyi_marketinga_uchebnik_i_praktikum_dlya_spo/)

3.Синяева, И.М. Практикум по маркетингу[Текст] И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Проф Л.П.Дашкова. – 3-е изд. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 240 с.

#### **Перечень информационных технологий, программного обеспечения и информационно-справочных систем**

– [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru);

#### **4.3 Общие требования к организации образовательного процесса**

Реализация учебной и производственной программы модуля предполагает учебную и производственную практики после освоения всех разделов модуля. Обязательным условием допуска к учебной и производственной практикам в рамках профессионального модуля «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» является освоение междисциплинарного курса «Маркетинг в организациях общественного питания»

Изучение программы модуля завершается экзаменом (квалификационным).

В целях организации учебного процесса Новгородский торгово – технологический техникум заключает договор о производственной практике обучающихся с предприятием, в котором указывается численность обучающихся направляемых на практику, сроки, условия и порядок проведения производственной практики, соблюдение правил охраны труда

Обязательным условием допуска к производственной практике является освоение содержания разделов профессионального модуля и прохождение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков.

Учебная и производственная практика (по специальности) могут проводиться рассредоточено или концентрировано.

При прохождении учебной и производственной практики на предприятиях и организациях продолжительность рабочего времени зависит от возраста и составляет в соответствии с трудовым законодательством: от 16 до 18 лет – 6 часов в день (36 часов в неделю); в возрасте 18 лет и старше – не более 40 часов в неделю.

#### **4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» и специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов и общепрофессиональных дисциплин с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность профессиональных компетенций и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания.	Составляет опросные листы (анкеты) для выявления уровня удовлетворенности на оказываемые услуги, ассортиментной политикой Анализирует результаты удовлетворенности Анализирует материально-технические, кадровые и информационные ресурсы, отчетную и учетную документацию предприятия	практическая работа, тестирование, контрольная работа, устный опрос, защита курсовой работы
ПК 3.2 Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт.	Разрабатывает мероприятия (рекламные акции) для привлечения спроса на услуги и продукцию. Разрабатывает мероприятия по улучшению качества услуг	практическая работа, тестирование, контрольная работа, устный опрос, защита курсовой работы
ПК 3.3 Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией	Анализирует конкурентов предприятий общественного питания на предмет востребованности продукции и услуг Оценивает конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией	практическая работа, тестирование, контрольная работа, устный опрос, защита курсовой работы

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	демонстрация интереса к будущей профессии; активное и систематическое участие в профессионально значимых мероприятиях; анализ инноваций в области профессиональной деятельности.	<b>Формы контроля обучения:</b> - домашние задания проблемного характера; - практические задания по работе с информацией, документами; - подготовка и защита индивидуальных и групповых заданий;
ОК2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.	обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов; демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	- выполнение творческих заданий с представлением собственной позиции; - выбор способов действий из ранее известных; - работа в группе и представление своей позиции и позиции группы;
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность; активное использование различных источников для решения профессиональных задач; грамотная корректировка и своевременное устранение допущенных ошибок в своей работе, выполнение самоанализа и коррекции собственной деятельности на основании достигнутых результатов.	<b>Методы контроля и оценки</b> Наблюдение и экспертная оценка работы на практических занятиях, во время учебной и производственной практик. <b>Методы оценки результатов обучения:</b> - мониторинг роста творческой активности, самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся;













