

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОП. 10 «Основы менеджмента и маркетинга в
предприятиях общественного питания»**

Вариативный блок

Рабочая программа учебной дисциплины ОП. 10 «Основы менеджмента и маркетинга в предприятиях общественного питания» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессии 43.01.09 Повар, кондитер (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «9» декабря 2016 г., № 1569)

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Сухоложский многопрофильный техникум».

Разработчик: Быкова Лилия Анатольевна, преподаватель, высшая квалификационная категория

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП 10 «Основы менеджмента и маркетинга в предприятиях общественного питания»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП 10 «Основы менеджмента и маркетинга в предприятиях общественного питания» является частью общепрофессионального цикла дополнительного профессионального блока ОПОП – П по профессии 43.01.09 Повар, кондитер.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01-07, ОК 09, ОК 10.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК,ПК	Умения	Знания
ПК 2.4. ПК 2.6.	- выдерживать температуру подачи; - выбирать контейнеры, эстетично упаковывать соусы для транспортирования; - творчески оформлять тарелку с горячими блюдами соусами	
ОК 01 -ОК 07 ОК 09 ОК 11	- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;	
ОК 01 -ОК 07 ОК 09	- организовывать работу коллектива и команды;	- системы управления трудовыми ресурсами в организации.
ОК 01 -ОК 07 ОК 09	- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами; - выстраивать траектории профессионального и личностного развития;	-психологию коллектива и личности;
ОК 01 -ОК 07 ОК 09 ОК 11	- использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;	
ОК 01 -ОК 07 ОК 09 ОК 11	-анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг;	- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;
ОК 01 -ОК 07 ОК 09	-анализировать спрос на товары и услуги;	- понятие сегментация рынка;
ОК 01 -ОК 07 ОК 09	-грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке);	- факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации (SWOT-

		анализ);
	-проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений.	-методы проведения маркетинговых исследований; -понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга)

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы	36
в т.ч. в форме практической подготовки	25
в т. ч.:	
Теоретическое обучение	10
Практические занятия	25
Самостоятельная работа	-
Консультации	-
Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета	1

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основы менеджмента		18/14	
Тема 1.1 Сущность, цели и задачи менеджмента	Содержание учебного материала		OK 01– OK 04; OK 06, OK 11
	1.Понятие, цели и задачи менеджмента	2	
	Практические занятия		
	2.Практическая работа №1 Деловая игра на умение находить правильное управленческое решение методом «мозгового штурма»	2	
Тема 1.2 Управление производственным персоналом в общественном питании	Содержание учебного материала		OK 01– OK 04 OK 06, OK 09, OK11
	3.Особенности управления в организациях питания.	2	
	Практические занятия		
	4.Практическая работа №2 Личность в организации	2	
	5.Практическая работа №3 Подбор кадров в предприятиях общественного питания	2	
	6.Практическая работа №4 Мотивация персонала.	2	
	7.Практическая работа №5 Решение конфликтных ситуаций	2	
Тема 1.3 Коммуникации в управлении	Практические занятия		OK 01– OK 04 OK 06, OK 09, OK11
	8.Практическая работа №6 Стили руководства	2	
	9.Практическая работа №7 Применение тайм-менеджмента в общественном питании	2	
Раздел 2. Основы маркетинга		17/11	
Тема 2.1. Понятие маркетинга, его цели и функции	Содержание учебного материала		OK 01, OK 02, OK 03, OK 04, OK 06, OK 07, OK11
	11.Рынок, как объективная экономическая основа маркетинга	2	
	Практические занятия		
	12.Практическое занятие №8. «SWOT-анализ предприятия питания»	2	
	13.Практическое занятие №9. Концепции маркетинга.	2	
Тема 2.2. Маркетинговые исследования в общественном питании	Практические занятия		OK 01, OK 02, OK 04, OK-09 OK 07,
	14.Практическая работа №10 Анализ поведения потребителей	2	

	15. Практическая работа №11 Миссия предприятия общественного питания		ОК11
Тема 2.3. Разработка комплекса маркетинга	Теоретические занятия		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ОК-11
	16. Понятие комплекса маркетинга и его разработка в ОП.	2	
	Практические занятия		
	17. Практическая работа №12 Разработка маркетинговых мероприятий для продления ЖЦТ.	2	
Тема 2.4. Стимулирование сбыта и реклама	Теоретические занятия		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ОК-11
	18. Методы продвижения товаров и услуг в маркетинге	2	
	Практические занятия		
	19. Практическая работа №13 Проведение рекламного мероприятия по продвижению предприятия питания на рынке	1	
Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета		1	
Всего		36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Социально-экономических дисциплин», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по профессии

3.2. Информационное обеспечение обучения:

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Жабина С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: учебник для студентов СПО / С.Б. Жабина, О.М. Бурдюгова, А.В. Колесова. – Москва: Академия, 2020. – 336 с.

2. Румынина В.В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для студентов СПО / В.В. Румынина. – Москва: Академия, 2020.

3. Соколова С.В. Экономика организации: учебное пособие для СПО / С.В. Соколова. – Москва: Академия, 2020.

3.2.2. Основные электронные издания

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: Актуальная редакция с Комментариями по состоянию на 18.05.2022. Режим доступа <https://gkodeksrf.ru/> Дата обращения 13.06.2022.

2. АUPru Административно-управленческий портал Режим доступа <http://www.aup.ru> – административно-управленческий портал. (Дата обращения 13.06.2022)

3. Портал Ресторановфф. Режим доступа <https://restoranoff.ru/> (Дата обращения 13.06.2022).

4. Фильдман А.Н. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания
Издательство: РИОР \: электронно-библиотечная система Znanium, 2023.-229с. - SBN:
978-985-503-575-7

1.1.1. Дополнительные источники

1. Трудовой кодекс Российской Федерации.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации.
3. Кодекс РФ об административных правонарушениях.
4. Закон Российской Федерации от 09.01.1996 г. № 2-ФЗ «О защите прав потребителей»
5. ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения. Введ. 2015-01-01. М.: Стандартинформ, 2014.-III, 10 с. (образование).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
1	2	3
<p>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – цели и задачи организации ресторанного бизнеса, понятие концепции организации питания; – требования к реализации продукции общественного питания; – количественный и качественный состав персонала организации; – показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда; – сущность, цели, основные принципы и функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникация и принятие управленческих решений), особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; – стили управления; – факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания; – оплата труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы; 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. 	<p>Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75% правильных ответов. Не менее 75% правильных ответов. Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии</p>	<p>Текущий контроль при проведении: письменного/устного опроса; -тестирования; -оценки результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований и т.д.)</p> <p>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в виде: -письменных/устных ответов, -тестирования</p>
<p>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации; <p>планировать и контролировать собственную деятельность;</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать методы принятия эффективных 	<p>Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, точность расчетов, соответствие</p>	<p>Текущий контроль: - экспертная оценка демонстрируемых умений, выполняемых действий, защите отчетов по</p>

<p>управленческих решений;</p> <ul style="list-style-type: none"> – управлять конфликтами и стрессами в организации; – применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия; – анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг; – 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 	<p>требованиям</p> <p>Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательности действий и т.д.</p> <p>Точность оценки, самооценки выполнения</p> <p>Соответствие требованиям инструкций, регламентов</p> <p>Рациональность действий и т.д.</p>	<p>практическим занятиям;</p> <p>- оценка заданий для самостоятельной работы,</p> <p>Промежуточная аттестация:</p> <p>- экспертная оценка выполнения практических заданий на зачете</p>
---	---	---