**ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ**
**Факультет среднего профессионального образования**

Рег. № ОП.02-19.

«02» 03 20 17 г.

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан факультета
_____ Е.Я. Баринов
«27» 05 20 17 г.

ФГОС 2014 г.
Рабочая программа производственной практики
ПП 03.01 Маркетинг в организациях общественного питания
*ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания*
по специальности **43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании**

| | |
|---|---|
| Факультет | СПО |
| Форма обучения | Очная |
| Курс | 3 |
| Семестр | 6 |
| Форма контроля | Дифф. зачет |

Новосибирск 2017

Рабочая программа составлена на основании требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (приказ от 07.05 2014 г., № 465.) к содержанию и уровню подготовки выпускников по специальности 43.02.01. Организация обслуживания в общественном питании. Квалификации базовой подготовки менеджер и рабочего учебного плана, утвержденного ученым советом Новосибирский ГАУ от «24» 04 2017 г.

**Рабочую программу разработал**:
Преподаватели первой
квалификационной категории

подпись — Филиппова Ю.А.

подпись — Скачков М.В.

**Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании цикловой методической комиссии преподавателей** дисциплин и профессиональных модулей по специальностям "Организация обслуживания в общественном питании" и "Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров"

Протокол № 10 от «11» мая 2017 г.

Председатель ЦМК

подпись — Ю.А. Филиппова
ФИО

**Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии факультета СПО**

Протокол № 7 от «25» мая 2017 г.

Зам. председателя методической
комиссии факультета СПО

подпись — О.Л. Сошнина
ФИО

СОДЕРЖАНИЕ


| | | |
|---|---|---|
| 1. | ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 4 |
| 2. | РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ У ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 6 |
| 3. | СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 6 |
| 4. | УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 10 |
| 5. | КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 13 |

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## ПП.03.01. Маркетинг в организациях общественного питания

### 1.1. Область применения рабочей программы производственной практики

Программа производственной практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании - менеджер в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. ПК 3.1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания.
2. ПК 3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт.
3. ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией.

Рабочая программа производственной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области «**Организация обслуживания в общественном питании**» при наличии среднего(полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

**1.2.** Цели и задачи программы производственной практики – требования к результатам освоения программы производственного обучения

**Цели производственной практики**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы производственнойпрактики 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;

**1.3. Количество часов на освоение программы производственной практики**

**ПП 03.01:** всего: 108 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### ПП 03.01 Маркетинг в организациях общественного питания

Результатом освоения производственной практики 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 3.1. | Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания. |
| ПК 3.2. | Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт. |
| ПК 3.3. | 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. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПП 03.01

### 3.1. Тематический план программы производственной практики

| Коды профессиональных компетенций | Наименования профессиональных модулей | Всего часов | Распределение по семестрам |
|---|---|---|---|
| 1 | 2 | | |
| **ПК 3.1-3.3 ОК 1,2,3,4,7** | ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания | **354** | **5-6 семестр** |
| **ПК 3.1-3.3 ОК 1,2,3,4,7** | **в т.ч. ПП.03.01.** Маркетинг в организациях общественного питания | **108** | **6 семестр** |

## 3.2 Содержание обучения попроизводственной практике ПП.03.01.

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) | Объем часов (с указанием их распределения по семестрам) |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания | | **354** |
| | ПМ 03.01Маркетинг в организациях общественного питания | |
| **Тема 1 ПП** Формирование спроса на услуги общественного питания. | 1. Определение концепции маркетинга предприятия.<br>2. Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии.<br>3. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.<br>4. Проведение анализа факторов, влияющих на спрос. | 18 часов<br>6 семестр |
| **Тема 2 ПП** Сегментация рынка. Маркетинговые исследования рынка. | 1. Отработка навыков по проведению маркетинговых исследований рынка.<br>2. Отработка навыков по проведению анализа маркетинговой информации.<br>3. Выявление проблемы и постановка целей исследования, сбор, анализ информации, представление полученных результатов. Информация первичная, вторичная.<br>4. Проведение анализа маркетинговых исследований в поиске целевых сегментов для повышения качества ассортимента продукции и услуг в сфере общественного питания. | 18 часов<br>6 семестр |
| **Тема 3 ПП** Показатели конкурентоспособности. | 1. Анализ конкурентной среды организации (выявление организацийконкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и ее конкурентов).<br>2. Анализ методов определения конкурентоспособности продукции и услуг. Пути повышения конкурентоспособности продукции и услуг.<br>3. Определение факторов успеха в конкурентной борьбе предприятия общественного питания. | 18часов<br>6 семестр |
| **Тема 4 ПП** Методы стимулирования сбыта продукции и услуг.Направления ценовой политики. | 1. Проведение анализа маркетинговых коммуникаций для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта.<br>2. Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения.<br>3. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные блюда.<br>4. Реализация стратегий ценообразования в организации.<br>5. Овладение методикой создания рекламных обращений.Разработка практических рекомендаций по стимулированию сбыта продукции и услуг | 18 часов<br>6 семестр |
| **Тема 5 ПП** Сбор и анализ информации | 1. Разработка анкет и опросных листов.<br>2. Проведение анализа внутренних факторов, формирующих покупательское поведение данного предприятия с помощью разработанных анкет и опросных листов.<br>3. Составление отчета по результатам исследования . | 6 часов<br>6 семестр |
| **Тема 6 ПП** Маркетинг в сфере услуг | 1. Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга).<br>2. Анализ социально- экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа сумм заказа). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту).<br>3. Формирование результатов, полученных на практике. | 18 часов<br>6 семестр |
| | **Всего:** | **108** |

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПП 03.01.

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

Реализация профессионального модуля предполагает прохождение производственной практики на базе предприятия общественного питания,.

Оборудование рабочих мест: оборудование предприятий, нормативные документы, информационно – справочная система предприятия.

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

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

**Основные источники:**

1. Матюшенкова Н. Г. Маркетинг: учебное пособие для студ. учреждений СПО / Н.Г. Матюшенкова. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 272с.

**Дополнительные источники:**

1. Белоусова С.Н. Маркетинг: учебное пособие для студ. учреждений СПО / С.Н. Белоусова. – Изд. 6-е, доп. и перераб. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 314 с.
2. Кнышова Е. Н. Маркетинг: учебное пособие / Е.Н. Кнышова – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2010. – 282 с. – (Профессиональное образование).
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ./ Общ.ред. и вступ. Ст. Е. М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 2011. –736 с.
4. Мурахтанова Н. М., Еремина Е. И. Маркетинг: Учебник. – М.: Издательский центр «Академия», 2011. – 304 с.
5. Мурахтанова Н. М., Еремина Е. И. Маркетинг: Сборник практических задач и ситуаций. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 96 с.

**Интернет-ресурсы:**

1. Каталог образовательных интернет ресурсов http://www.edu/run
2. Экономический словарь http://www.ekoslovar.ru

### 4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» является освоение МДК.03.01. Маркетинг в организациях общественного питания для получения профессиональных знаний и умений в рамках профессионального модуля «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания». В процессе обучения по профессиональному модулю обучающимся оказываются консультации.

Производственная практика завершается дифференцированным зачетом.

### 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

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

**Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой**

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующее профилю изучаемых модулей;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 2 года.

# 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПП 03.01.

| 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 | - выявление потребностей целевых групп потребителей продукции и услуг в виде опросов | Текущий контроль:<br>-характеристика на студента от руководителя с места практики;<br>- проверка ведения дневника;<br>- проверка отчета по практике;<br>дифф. зачет. |
| ПК 3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт | - определение спроса и потребностей в услугах организаций питания в соответствии с маркетинговыми исследованиями;<br>-распознавание системы товародвижения и управления каналами распределения в соответствии с требованиями | Текущий контроль:<br>-характеристика на студента от руководителя с места практики;<br>- проверка ведения дневника;<br>- проверка отчета по практике;<br>дифф. зачет. |
| ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией | - определение показателя качества услуг в организациях общественного питания;<br>-анализ стоимости предлагаемых услуг в организациях общественного питания. | -выполнение расчета численности<br>Текущий контроль:<br>-характеристика на студента от руководителя с места практики;<br>- проверка ведения дневника;<br>- проверка отчета по практике;<br>дифф. зачет. |
| ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией | - определение показателя качества услуг в организациях общественного питания при сравнительной оценке конкурентов;<br>-анализ стоимости предлагаемых услуг в организациях общественного питания. | Текущий контроль:<br>-характеристика на студента от руководителя с места практики;<br>- проверка ведения дневника;<br>- проверка отчета по практике;<br>дифф. зачет. |

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 |
|---|---|---|
| **ОК 1.** Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | - демонстрация интереса к будущей профессии;<br>- умение объяснить социальную значимость получаемой специальности;<br>- стремление к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений; | - наблюдение и оценка деятельности студента в процессе обучения, на практических занятиях, на производственной практике; |
| **ОК 2.** Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | - выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области управления организацией (подразделением);<br>- оценка эффективности и качества выполнения; | - наблюдение и оценка деятельности студента в процессе обучения, на практических занятиях, на производственной практике; |
| **ОК 3.** Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы. | - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в соответствии с заданными критериями и условиями;<br>- оценка последствия принятых решений; | - наблюдение и оценка работы на моделирование и решение нестандартных ситуаций, участие в деловых и ролевых играх; |
| **ОК 4.** Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | - эффективный поиск необходимой информации;<br>- использование различных источников, включая электронные; | - наблюдение и оценка деятельности студентов при подготовке докладов;<br>- наблюдение за использованием информационных технологий |
| **ОК 7.**Брать на себя ответственность работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | | |