

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
для студентов по выполнению
практических занятий
по профессиональному модулю 03
МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В
ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

МДК.03.01. МАРКЕТИНГ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

43.00.00 СЕРВИС И ТУРИЗМ
по специальности
43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
(базовый уровень подготовки)

Квалификация: менеджер
Форма обучения: очная

Южно-Сахалинск
2014

УТВЕРЖДАЮ:

Зам. директора по УР

И.М.Ким

«10» ноября 2014 г.

Составитель: Кирсанова Л.Г., преподаватель высшей квалификационной категории, заведующая отделением

Одобрено на заседании ПЦК

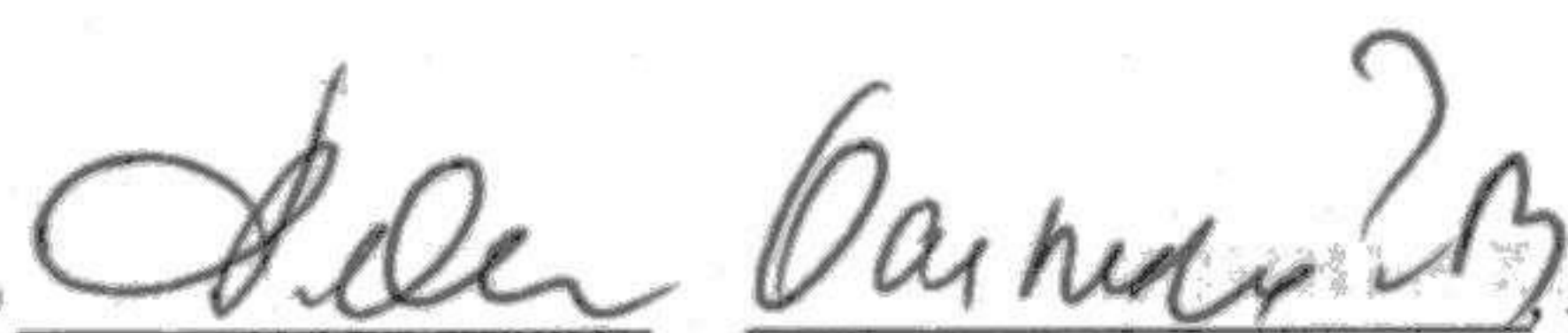
Дисциплин сервиса, управления и экономики

Протокол № 3 от «06» ноября 2014 г.

Председатель ПЦК

 Н.П. Скорик

Согласовано



зав.отделением

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 1	8
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 2	9
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 3	10
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 4	12
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 5	13
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 6	15
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 7	16
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 8	17
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 9	18
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 10	19
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 11	20
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 12	21
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 13	23
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 14	24
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 15	25
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 16	26
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 17	27
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 18	28
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 19	29
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 20	32
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 21	32
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 22	34
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 23	35
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 24	36
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 25	37
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 26	38
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 27	39
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 28	39
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 29	40
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 30	36
список литературы	42

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящие методические указания по выполнению практических работ предназначены для студентов, обучающихся по ПМ 03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

В соответствии с учебным планом на практические работы по специальности «Организация обслуживания в общественном питании» отводится 60 часов.

Целью ПМ 03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков по продажам услуг общественного питания в организациях общественного питания.

Цель практических занятий - формирование и развитие профессиональных умений и навыков при изучении и анализе спроса потребителей на услуги общественного питания, изучение конкурентоспособности предприятий общественного питания, разработке комплекса маркетинга.

Выполнение практических работ направлено на закрепление полученных в ходе изучения тем знаний и реализацию выполнения требований к уровню подготовки студентов, использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни.

Практические занятия существенно повышают качество знаний, их глубину, конкретность, оперативность, значительно усиливают интерес к изучению дисциплины, помогают обучающимся полнее осознать практическую значимость финансово-экономических наук.

Практические работы, выполняемые студентами, позволяют им приобрести опыт познавательной и практической деятельности, а также способствуют освоению следующих **общих и профессиональных компетенций** по Федеральному Государственному образовательному стандарту.

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 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

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

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.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент 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, методики оценки.

Перечень тем и заданий для практических работ

№ п/п	Название темы	Задание для практической работы	Кол-во часов
1.	Практическая работа «Исследование концепций маркетинга на предприятиях общественного питания г. Южно-Сахалинска»	1. Описать концепции маркетинга. 2. Применить концепции маркетинга на конкретных предприятиях общественного питания г. Южно-Сахалинска.	2
2	Практическая работа «Определение основных потребностей потребителей».	1. Определить основные потребности потребителей на основании определенных мотивов. 2. Определить сходство и различие в понятиях нужда и потребность.	2
3.	Практическая работа «Процесс принятия решения о покупке товаров (услуг) потребительского назначения»	Описать процесс принятия решения о покупке товара (на выбор), используя Модель покупательского поведения Ф. Котлера.	2
4.	Практическая работа «Разработка комплекса мероприятий по стимулированию сбыта в сфере услуг общественного питания».	Разработать мероприятия по стимулированию сбыта в сфере услуг общественного питания. Проанализировать предложенные мероприятия, исходя из вида предприятия общественного питания.	2
5.	Практическая работа «Анализ динамики спроса на услуги общественного питания в Сахалинской области и г. Южно-Сахалинска»	Проанализировать влияние на спрос цен на услуги общественного питания за 2013г.	2
6.	Практическая работа «Анализ окружающей среды организации».	Проанализировать влияние факторов микро – и макровнешней среды на деятельность предприятия.	2
7.	Практическая работа «Выявление спроса потребителей на услуги общественного питания»	Определить состояние спроса потребителей на определенные услуги общественного питания.	2
8.	Практическая работа «Анализ конкурентов предприятий общественного питания».	Проанализировать конкурентов определенных видов предприятий общественного питания на основании определенных параметров.	2
9.	Практическая работа «Анализ жизненного цикла определенных услуг общественного питания».	Проанализировать определенные этапы жизненного цикла услуг общественного питания на основании параметров: цели маркетинга, прибыль, состояние конкуренции, вид продвижения, объем продаж, вид потребителей, товарный ассортимент, ценовая политика.	2
10.	Практическая работа «Разработка мероприятий маркетинга на каждом этапе	Дать характеристику мероприятий маркетинга на каждом этапе жизненного цикла	2

	жизненного цикла услуг общественного питания».	услуг общественного питания.	
11.	Практическая работа «Разработка продукта в сфере общественного питания».	Разработать продукт для определенного целевого сегмента потребителей.	2
12.	Практическая работа «Разработка товара новинки в сфере общественного питания».	Разработать новую услугу на предприятии общественного питания, используя определенные этапы его разработки.	2
13.	Практическая работа «Анализ информации о ценах на услуги общественного питания».	1. Определить вид информации, необходимой для анализа цен на услуги общественного питания. 2. Определить объект для сбора информации по ценам. 3. Разработать методику сбора информации о ценах на услуги конкретного предприятия общественного питания.	2
14.	Практическая работа «Разработка цены на определенную услугу общественного питания с конкретным обоснованием».	Разработать цену на конкретную услугу общественного питания. Обосновать систему ценообразования.	2
15.	Практическая работа «Разработка мероприятий стимулирования сбыта для предприятий общественного питания».	Разработать мероприятия стимулирования сбыта для конкретного предприятия общественного питания.	2
16.	Практическая работа «Разработка плана рекламной компании конкретного предприятия общественного питания».	Разработать план рекламной компании для конкретного предприятия общественного питания».	2
17.	Практическая работа «Разработка подкрепления продукции и услуг общественного питания».	Разработать подкрепления продукции и услуг конкретного предприятия общественного питания».	2
18.	Практическая работа «Разработка сбытовой политики конкретного предприятия общественного питания».	Разработать сбытовую политику конкретного предприятия общественного питания».	2
19.	Практическая работа «Разработка комплекса маркетинга для конкретного предприятия общественного питания».	Разработать комплекс маркетинга для конкретного предприятия общественного питания».	2
20.	Практическая работа «Характеристика целевого сегмента конкретного предприятия общественного питания»	Дать характеристику целевого сегмента конкретного предприятия общественного питания на основании признаков сегментирования.	2
21.	Практическая работа «Обоснование стратегий маркетинга при отборе целевого сегмента».	Дать характеристику стратегиям маркетинга при отборе целевого сегмента.	2
22.	Практическая работа «Оценка показателей конкурентоспособности конкретного предприятия общественного питания».	Определить показатели для оценки конкурентоспособности конкретного предприятия общественного питания, проанализировать выбранные показатели.	2
23.	Практическая работа «Разработка методики оценки конкурентоспособности конкретного предприятия общественного питания».	Разработать методику оценки конкурентоспособности конкретного предприятия общественного питания».	2
24.	Практическая работа «Анализ методов сбора вторичной информации».	Проанализировать методы сбора вторичной информации в соответствии с определенной проблемой.	2

25.	Практическая работа «Критерии выбора методов сбора первичной маркетинговой информации».	Проанализировать критерии выбора методов сбора первичной маркетинговой информации на основании определенной проблемы.	2
26.	Практическая работа «Методика проведения фокус - группы на примере конкретного предприятия общественного питания».	Разработать методику проведения фокус – группы, как метода сбора первичной маркетинговой информации.	2
27.	Практическая работа «Составление анкет по определенной проблеме».	Составить анкету по определенной проблеме, используя основные типы анкет.	2
28.	Практическая работа «Составление опросных листов по определенной проблеме».	Составить опросный лист по определенной проблеме.	2
29.	Практическая работа «Составление плана маркетингового исследования».	Составить план маркетингового исследования по определенной проблеме.	2
30.	Практическая работа «Составление макета отчета о проведении маркетингового исследования».	Составить макет отчета о проведенном маркетинговом исследовании.	2
		ИТОГО:	60

Методические рекомендации включают в себя:

1. Перечень тем и заданий для практических работ.
2. Методические указания и пояснения по выполнению практических работ.
3. Критерии оценки практических работ.
4. Формы контроля над выполнением практических работ.
5. Литература, необходимая для выполнения практических работ.

ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 1

Тема: Исследование концепций маркетинга на предприятиях общественного питания г. Южно-Сахалинска.

Цель: формирование и развитие профессиональных умений и навыков по применению концепций на предприятиях общественного питания.

Задание:

Разработайте модель применения концепций маркетинга на конкретных предприятиях общественного питания.

Алгоритм выполнения практической работы.

1. Дайте характеристику концепциям маркетинга:

- концепция совершенствования производства;
- концепция совершенствования товара;
- концепция совершенствования коммерческих усилий;
- концепция маркетинга;
- концепция социально-этичного маркетинга.

Примечание. Для выполнения практической работы необходимо использовать рекламный материал.

2. Составьте модель применения концепции совершенствования производства на конкретном предприятии общественного питания.