

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

СОГЛАСОВАНО

Работодатель

  
« 20 октября 2014 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИТК СахГУ

  
С.С. Шаров  
« 21 » октября 2014 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 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

20 14

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе  
Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС)  
по специальности среднего профессионального образования 43.02.01  
Организация обслуживания в общественном питании

Разработчик: Жирсанова Л.Г. - преподаватель  
высшей категории

Рассмотрена и рекомендована на заседании ПЦК

Дисциплины сервиса,  
управления и экономики

на основании: 1. Соответствия стандарту да (да, нет)

2. Соответствия учебному плану ПК да (да, нет)

3. Соответствия требованиям к оформлению да (да, нет)

Протокол № 2 от «04» окт. 2014г.

Председатель ПЦК

Скворцова Н.Г.

Утверждена научно-методическим советом ПТК СахГУ

Протокол № 2 от «16» октябрь 2014г.

Председатель НМС

Н.Ф. Сулова

Согласовано

подпись

Ф.И.О.

Осипенко В.

зав.отделением

общественного  
питания

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания».

## 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.01.

### Организация обслуживания в общественном питании

«Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

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

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.

### 1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 258 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студента – 186 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающихся – 124 часов;

из них;

теоретические занятия – 64 час;

практические занятия – 60 час;

самостоятельной работы обучающихся – 62 часов;

производственной практики – 36 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение студентами 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 за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.                                                  |