

**Приложение 3.3.24.
к ОПОП по специальности
43.02.01 Организация обслуживания
в общественном питании**

**Министерство образования Нижегородской области
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
« Областной многопрофильный техникум»**

**ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПП.03**

ПП.03 Маркетинговая деятельность на предприятиях общественного питания.

по специальности 43.02.01. Организация обслуживания в общественном питании.

Ардатов 2017г.

Рассмотрено на заседании методической комиссии
преподавателей спец дисциплин и мастеров п/о

Протокол № 1
Т.М.Ермакова Т.М.Ермакова

28 08 2014

Программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.01. Организация обслуживания в общественном питании.

Разработала: Нестерова Маргарита Андреевна - преподаватель специальных дисциплин
ГБПОУ Областной многопрофильный техникум

Содержание

| | | |
|---|--|--------|
| 1 | Паспорт программы производственной практики | стр. 3 |
| 2 | Результаты освоения производственной практики | стр. 6 |
| 3 | Структура и содержание практики | стр. 7 |
| 4 | Условия реализации производственной практики | стр.8 |
| 5 | Контроль и оценка результатов освоения производственной практики | стр.10 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Место практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена Рабочая программа практики (далее рабочая программа) является частью образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания.

1.2. Цели и задачи 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 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 деятельности;
- 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 недель (часов) на освоение программы практики: 2 недели, 72 часа.

1.4. Формы проведения практики Производственная практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под руководством и контролем преподавателей профессиональных модулей и руководителя от предприятия.

1.5. Место и время проведения практики Производственная практика проводится индивидуально в организациях любых организационно-правовых форм, в их структурных подразделениях, соответствующих профилю профессиональной подготовки студентов и задачам практики. Местом прохождения практики является маркетинговые службы предприятий и организаций общественного питания, определенных базами соответствующей практики.

Практика на предприятиях осуществляется на основе договоров.

Время прохождения практики определяется графиком учебного процесса и расписанием занятий.

Продолжительность рабочего дня обучающихся при прохождении производственной практики - 6 часов и не более 36 академических часов в неделю.

На обучающихся, проходящих практику на предприятиях общественного питания, распространяются правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка, действующие на данных предприятиях.

1.6. Отчетная документация обучающегося по результатам практики В период прохождения практики обучающиеся обязаны оформить следующую документацию:

1. Дневник практики
2. Характеристика от руководителя практики от предприятия
3. Отзыв с предприятия

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом производственной практики является освоение следующих компетенций (ОК, ПК):

Код Наименование результата обучения

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), результат выполнения заданий.

профессиональных компетенций (ПК):

Вид профессиональной деятельности:

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

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3. Тематический план производственной практики ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания.

| Наименование проф. модуля | Код проф. компетенций | Виды работ | Кол-во часов | Наименование тем производственной практики | Кол-во часов |
|---------------------------|-----------------------|------------|--------------|--|--------------|
|---------------------------|-----------------------|------------|--------------|--|--------------|

| | | | | | |
|---------|---------|---|----|--|------------|
| ПМ. 03. | ПК.3.1. | Занятие на произво дстве | 72 | Знакомство с организацией. | 6 |
| | ПК.3.2. | | | Определение и выявление потребностей в продукции и услугах общественного питания. Организация и разработка комплекса маркетинга предприятия общественного питания. | 12. |
| | ПК.3.3. | | | Формирование комплекса дополнительных услуг предприятия общественного питания. Выявление и обоснование каналов сбыта предприятия общественного питания | 12 |
| | | | | Выявление и обоснование факторов, определяющих эффективность ценовой политики предприятия общественного питания. | 12 |
| | | | | Осуществление личной продажи и последующий контакт с клиентом. | 6 |
| | | | | Организация маркетинга на ПОП | 6 |
| | | | | Оценка конкурентной среды ПОП | 6 |
| | | .Использование методологических основ в процессе проведения маркетинговых исследований на ПОП | 12 | | |
| ИТОГО | | | | | 72 часа |

3.1. Содержание производственной практики по профессиональному модулю ПМ.03

| | |
|--|----|
| Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности)- Виды работ | 72 |
| - ознакомление с субъектами маркетинговой деятельности предприятия общественного питания | 6 |
| - изучение структуры управления маркетингом предприятия общественного питания | 6 |
| - установление потребителей предприятия общественного питания | 6 |
| - ознакомление с микро и макросредой предприятия общественного питания | 6 |
| - установление конкурентоспособности предприятия общественного питания | 6 |
| | 6 |

| | |
|--|--------|
| - ознакомление с ценовой политикой предприятия общественного питания | 6 6 |
| - установление средств сбыта предприятия общественного питания | 6 |
| - ознакомление с методами маркетинга предприятия общественного питания | 6 |
| - участие в рекламной компании | 6 |
| - участие в организации маркетинговых исследований | |

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к документации, необходимой для проведения практики:

Для проведения производственной практики разработана следующая документация:

- положение о практике;
- рабочая программа практики;
- договоры с предприятиями по проведению практики;
- распоряжение о распределении студентов по базам практики.

4.2. Требования к материально-техническому обеспечению Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

Реализация производственной практики в рамках профессионального модуля предполагает наличие базы практики - предприятие общественного питания (оборудование и технологическое оснащение рабочих мест в соответствии со специализацией предприятий общественного питания).

В качестве баз производственной практики должны быть выбраны предприятия, отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать данной специальности и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.

4.3. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования.-9-е изд., стер.-М. : Издательский центр «Академия», 2012г.

Дополнительная литература:

1. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания, Учебное пособие, Усов В.В., ИЦ «Академия», 2015 г. (электронный учебник)

<http://znanium.com/catalog/product>

2. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учеб. для студ. учреждений сред проф. образования.- 10-е изд., стер.- М.: Издательский центр «Академия» 2012год.

3. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: Учебное пособие/Г.М.Зайко, Т.А.Джум.-М.:Магистр:НИЦИНФРАМ,2013 (электронный учебник) <http://znanium.com/catalog/product>

4. Налоги и налогообложение О.В. Скворцов.: учеб.пособие для студ. учреждений сред. проф. образования.-10-е изд., испр.-М.: издательский центр «Академия», 2013г

Журналы:

- 1.«Ресторановед». Режим доступа: <https://issuu.com>
- 2.«Современный ресторан» . Режим доступа: <https://issuu.com>
- 3.« Империя вкуса». Режим доступа: <https://issuu.com>

Форма отчетности Промежуточная аттестация по производственной практике проводится в форме дифференцированного зачета.

К дифференцированному зачету допускаются обучающиеся, выполнившие требования программы производственной практики и предоставившие полный пакет отчетных документов:

- дневник практики
- отчет по практике
- отзыв-характеристику.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения студентами видов работ. В результате освоения тем учебной практики студенты получают оценку по практике, выставляемую на основании сданного отчёта.

| | |
|--|---|
| Результаты обучения (освоенные умения, приобретённый опыт работы по видам профессиональной деятельности) | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения. |
| Знакомство с организацией. Определение и выявление потребностей в продукции и услугах общественного питания. Организация и разработка комплекса маркетинга предприятия общественного питания. | Наблюдение и оценка в процессе производственной практики Дифференцированный зачет |
| Формирование комплекса дополнительных услуг предприятия общественного питания. Выявление и | Наблюдение и оценка в процессе производственной практики. Дифференцированный зачет |

| | |
|--|---|
| обоснование каналов сбыта предприятия общественного питания | |
| Выявление и обоснование факторов, определяющих эффективность ценовой политики предприятия общественного питания. | Наблюдение и оценка в процессе производственной практики. Дифференцированный зачет |
| Осуществление личной продажи и последующий контакт с клиентом. | Наблюдение и оценка в процессе производственной практики. Дифференцированный зачет |
| Организация маркетинга на ПОП | Наблюдение и оценка в процессе производственной практики. Дифференцированный зачет |
| Оценка конкурентной среды ПОП | Наблюдение и оценка в процессе производственной практики. Дифференцированный зачет |
| .Использование методологических основ в процессе проведения маркетинговых исследований на ПОП | Наблюдение и оценка в процессе производственной практики. Дифференцированный зачет |