

**Приложение 3.3.23.
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

Учебной практики УП.03

ПМ.03. Маркетинговая деятельность в организациях 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
«8» 08 2017г

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 учебной практики	стр. 4
2	Учебная практика по профессиональному модулю	стр. 8
3	Условия организации и проведения учебной практики.	стр. 8
4	Контроль и оценка результатов освоения дисциплины.	стр.10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ 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 учебной 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: 1 неделя, 36 часов.

1.4. Формы проведения практики Учебная 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 Учебная практика проводится индивидуально в организациях любых организационно-правовых форм, в их структурных подразделениях, соответствующих профилю профессиональной подготовки студентов и задачам практики. Местом прохождения практики являются маркетинговые службы предприятий и организаций общественного питания, определенных базами соответствующей практики.

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 учебной 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

3.1. Содержание учебной практики по профессиональному модулю ПМ.03

Учебная практика	36
Виды работ	
- изучение ассортимента продукции и услуг общественного питания	3
- выявление потребностей в продукции и услугах общественного питания (проведение опросов потребителей и анализ его результатов)	3
- анализ поведения покупателей при совершении покупок	3
- проведение сегментации рынка продукции и услуг общественного питания	3
- сбор и обработка маркетинговой информации на рынке продукции и услуг общественного питания	3
- проведение маркетинговых исследований на рынке продукции и услуг общественного питания	3
- сбор и анализ информации о ценах на рынке продукции и услуг общественного питания	3
- изучение ценовой и сбытовой политики предприятий общественного питания	3
- выбор и применение маркетинговых коммуникаций предприятиями общественного питания (изучение методов стимулирования продажи продукции и услуг общественного питания)	3
- определение конкурентоспособности предприятий общественного питания, их анализ.	6

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к документации, необходимой для проведения практики:

Для проведения учебной практики разработана следующая документация:

- положение о практике;
- рабочая программа практики;

Реализация учебной 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 учебной 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:

Основные источники:

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

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» 2012 год.

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», 2013 г

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 учебной практике проводится в форме дифференцированного зачета.

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

- дневник практики
- отчет по практике

- отзыв-характеристику.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ 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 обоснование каналов сбыта предприятия общественного питания	Наблюдение и оценка в процессе производственной практики. Дифференцированный зачет
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