

11/01

Министерство образования и молодежной политики Свердловской области
Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение Свердловской области
«Техникум индустрии питания и услуг «Кулинар»
(ГАПОУ СО «ТИПУ «Кулинар»)



СОГЛАСОВАНО
Методическим советом
протокол от «29» 06 2021 г.
№ 36

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Ю.А. Митько



Приказ № 911 от «07» 07 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП. 10 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
В ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

2021 г.

УМК ООП СПО 43.01.09 Повар, кондитер

УЧУ

Рабочая программа дисциплины ОП. 10 «Основы менеджмента и маркетинга в предприятиях общественного питания» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по профессии 43.01.09 Повар, кондитер (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 августа 2013 г. № 798 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования»).

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Техникум индустрии питания и услуг «Кулинар».

Разработчик:

Подкина Н.В. преподаватель общеобразовательных дисциплин

Рассмотрена на заседании методической комиссии протокол

от «28» 06 2021 г. № 5

Председатель методической комиссии

Трапезникова Е.А.

Рассмотрена на заседании методического совета протокол № _____

от « » _____ 20 г.

Председатель методического совета _____

Согласовано:

Зам. директора по УР _____ И.Н. Субботина

« » _____ 2020г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина ОП 10 «Основы менеджмента и маркетинга в предприятиях общественного питания» относится к обязательной части основной образовательной программы подготовки квалифицированных рабочих и служащих для профессии 43.01.09 Повар, кондитер и относится к циклу общепрофессиональных дисциплин.

При реализации рабочей программы применяются современные педагогические технологии, в том числе технологии дистанционного обучения и электронные курсы.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП 10 «Основы менеджмента и маркетинга в предприятиях общественного питания», основывается на ФГОС СПО и профессиональном стандарте по профессии 43.01.09 Повар, кондитер.

Учебная дисциплина ОП 10 «Основы менеджмента и маркетинга в предприятиях общественного питания» обеспечивает формирование общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС СПО по профессии 43.01.09 Повар, кондитер.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Таблица 1

Код ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06 ОК 07 ОК 08 ОК 09 ОК 10 ОК 11	<ul style="list-style-type: none"> - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами; - выстраивать траектории профессионального и личностного развития; - использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения; - анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг; - анализировать спрос на товары и услуги; - грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке); - проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений. 	<ul style="list-style-type: none"> - системы управления трудовыми ресурсами в организации. - психологию коллектива и личности; - факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации (SWOT-анализ); - сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга; - понятие сегментация рынка; - методы проведения маркетинговых исследований; - понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга)

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Таблица 2

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	36
Самостоятельная работа	2
Объем программы	38
в том числе:	
теоретическое обучение	10
лабораторные работы	-
практические занятия	26
курсовая работа (проект)	-
контрольная работа	-
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Таблица 3

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем час.	Осваиваемые эл-ты компетенций
1	2	3	4
Раздел 1. Основы менеджмента (16 часов)			
Тема 1.1 Сущность, цели и задачи менеджмента	Содержание учебного материала	4	ОК 01– ОК 04; ОК 06, ОК 11
	Понятие менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Организация, планирование, контроль и мотивация как функции управления. Понятие, цели и направления деятельности предприятия. Миссия организации, понятие и содержание.	2	
	В том числе практических занятий	2	
	Практическая работа №1 Деловая игра на умение находить правильное управленческое решение методом «мозгового штурма»	2	
Тема 1.2 Управление производственным персоналом в общественном питании	Содержание учебного материала	10	ОК 01– ОК 04 ОК 06, ОК 09, ОК-11
	Особенности управления в организациях питания. Организационная структура управления и развития производства. Кадровая политика и ее планирование на предприятии. Трудовые ресурсы ПОП. Состав трудовых ресурсов организаций питания. Определение потребности в персонале, перестановка, обучение, аттестация, мотивация, создание команды на производстве. Сущность мотивации.	2	
	В том числе практических занятий	8	
	Практическая работа №2 Личность в организации		
	Практическая работа №3 Подбор кадров и нормирование труда на ПОП.		
	Практическая работа №4 Мотивация персонала.		
	Практическая работа №5 Должностные инструкции и профессиональные стандарты.		
Тема 1.3 Коммуникации в управлении	Содержание учебного материала	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04; ОК 06; ОК 11
	Сущность и роль коммуникаций в системе управления. Структура управленческого общения. Деловое общение, его характеристика, виды, функции и назначение. Правила ведения бесед, совещаний, переговоров. Управление конфликтами и стрессами. Понятие и классификация конфликтов, способы управления. Стресс: природа и причины. Психологическая устойчивость руководителя как основа нормальной обстановки в организации. Цели и задачи самоменеджмента.		

1	2	3	4
	В том числе практических занятий	6	
	Практическая работа №6 Решение проблемных производственных ситуаций в предприятиях питания	2	
	Практическая работа №7 Стили руководства.	2	
	Практическая работа №8 Применение тайм-менеджмента в общественном питании.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка докладов, рефератов (2 часа)	2	
Раздел 2. Основы маркетинга (20 часов)			
Тема 2.1. Понятие маркетинга, его цели и функции	Содержание учебного материала	4	
	Рынок, как объективная экономическая основа маркетинга. Сегментирование рынка, Принципы, функции и цели маркетинга, их краткая характеристика. Социально-экономическая сущность маркетинга и его основные концепции. Окружающая среда предприятия. Содержание маркетинговой деятельности.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК-11
	В том числе практических занятий	2	
	Практическое занятие №9. «Концепции маркетинга. Анализ окружающей среды предприятия питания.	2	
Тема 2.2. Маркетинговые исследования в общественном питании	Содержание учебного материала	4	
	Организация маркетинговых исследований на ПОП. Определение спроса и потребностей в услугах организаций ресторанного бизнеса. Виды товаров. Поведение потребителей. Факторы, влияющие на поведение покупателей, выбор целевого рынка организацией питания.		ОК 01, ОК 02, ОК 04 ОК-09 ОК 07, ОК-11
	Методы и виды маркетинговых исследований. Наблюдение за потребителями. Технология и виды опросов в маркетинговых исследованиях. Изучение реакции респондентов. Ситуационный анализ в маркетинге. SWOT-анализ ПОП.		
	В том числе практических занятий	4	
	Практическая работа №10 «Анализ поведения потребителя при совершении покупок»		
	Практическая работа №11 SWOT-анализ предприятия общественного питания.		

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4
Тема 2.3.Разработка комплекса маркетинга	Содержание учебного материала	4	
	Понятие комплекса маркетинга и его разработка в ОП. Товарная политика предприятия. Понятие товара и услуги. Жизненный цикл товара (услуги), цикл создания и освоения новых товаров (услуг) на предприятиях общественного питания. Качество товаров и услуг как фактор конкурентоспособности.	2	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09
	В том числе практических занятий	2	
	Практическая работа №12 Разработка маркетинговых мероприятий для продления ЖЦТ и продвижения организации ресторанного бизнеса.	2	
	Тема 2.4. Стимулирование сбыта и реклама	Содержание учебного материала	4
Функции, методы, виды и задачи сбыта. Сбытовая политика в организации ресторанного бизнеса. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Ценовая политика и ценовые стратегии организации. Методы продвижения товаров и услуг в маркетинге. Маркетинговые коммуникации. Реклама и ее виды. Средства рекламы.		2	ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09
В том числе практических занятий		2	
Практическая работа №13 Проведение рекламного мероприятия по продвижению предприятия питания на рынке		2	
Промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета			ОК 01– ОК 04 ОК 06, ОК 07; ОК 09 ОК-11
			Всего

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы осуществляется в кабинете социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места студентов по количеству обучающихся;
- учебно-методическая магнитно-меловая доска с лампой;
- технические средства обучения:
- наглядные пособия;

комплект УМК

3.2. Информационное обеспечение обучения:

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в учебном процессе.

3.2.1. Печатные издания

1. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 25.05.2020, с изм. от 14.07.2020)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: офиц. текст: [по сост. на 1 мая. 2016 г.]. М.: Омега-Л, 2016. – 688с. – (кодексы Российской Федерации).
3. ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения.- Введ. 2015-01-01. - М.: Стандартинформ, 2014.-III, 10 с.
4. ГОСТ 30389 - 2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования.
5. Драчева Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент: учебник для сред. проф. образования – М.: Издательский центр «Академия», 2016. – 304 с.
6. Жабина С.Б., Бурдюгова О.М., Колесова А.В. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: учебник для студентов СПО – М.: Издательский центр «Академия», 2017. – 336 с.
7. Иванов П.В. Менеджмент Учебное пособие /П.В. Иванов, Н.И. Турянская, Е.А. Носкова. – Ростов н/Д: Феникс, 2018. – 333 с. (Среднее профессиональное образование).
8. Казначевская Г.Б. Менеджмент :учеб., - 16 –е изд., стер. – Ростов н/Д. : Феникс, 2015.
9. Пястолов С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга + еПриложение: тесты: учебник – Москва: КНОРУС, 2019. – 246 с. (Среднее профессиональное образование).

3.2.2. Электронные ресурсы

1. [http:// www.Management-Portal.ru](http://www.Management-Portal.ru) – справочная система
2. [http:// www.Economy.gov.ru](http://www.Economy.gov.ru)
3. [http:// www.Minfin.ru](http://www.Minfin.ru) – сайт Министерства финансов РФ
4. <http://www.aup.ru> – административно-управленческий портал

3.2.3. Дополнительные источники (печатные издания)

1. Батраева, Э. А. Экономика предприятия общественного питания : учебник и практикум для СПО / Э. А. Батраева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. 390 с.
2. Липсиц И.В. Основы экономики: учебник для сред. спец. учеб. заведений / И.В. Липсиц. – 3-е изд., перераб.
3. Носова С.С. Основы экономики: учебник СПО. / С.С. Носова. - Москва : КноРус, 2016. – 312 с.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 4

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы контроля и методы оценки результатов обучения
1	2	3
<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цели и задачи организации ресторанного бизнеса, понятие концепции организации питания; - требования к реализации продукции общественного питания; - количественный и качественный состав персонала организации; - показатели и резервы роста производительности труда на предприятиях питания, понятие нормирования труда; - сущность, цели, основные принципы и функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникация и принятие управленческих решений), особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; - стили управления; - факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации питания (SWOT- анализ); - оплата труда, виды гарантий, компенсаций и удержаний из заработной платы; способы организации работы коллектива, виды и методы мотивации персонала. - правила делового общения в коллективе; - сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга; - понятие сегментация рынка; - методы проведения маркетинговых исследований; - понятие товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной политики организации питания (комплекс маркетинга); - организацию управления маркетинговой деятельностью в организации ресторанного бизнеса. 	<p>Полнота ответов, точность формулировок, не менее 75% правильных ответов. Не менее 75% правильных ответов. Актуальность темы, адекватность результатов поставленным целям, полнота ответов, точность формулировок, адекватность применения профессиональной терминологии</p>	<p>Текущий контроль при проведении: письменного/устного опроса; -тестирования; -оценки результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований и т.д.)</p> <p>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в виде: -письменных/устных ответов, -тестирования</p>

1	2	3
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать факторы, влияющие на хозяйственную деятельность организации; планировать и контролировать собственную деятельность; - выбирать методы принятия эффективных управленческих решений; - управлять конфликтами и стрессами в организации; - применять в профессиональной деятельности приемы делового общения и управленческого воздействия; - анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг; - прогнозировать изменения на рынке ресторанного бизнеса и восприятие потребителями меню; - анализировать спрос на товары и услуги организации ресторанного бизнеса; - грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке); - проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений, меню конкурирующих и наиболее популярных организаций питания в различных сегментах ресторанного бизнеса 	<p>Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, точность расчетов, соответствие требованиям Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д. Точность оценки, самооценки выполнения Соответствие требованиям инструкций, регламентов Рациональность действий и т.д.</p>	<p>Текущий контроль: - экспертная оценка демонстрируемых умений, выполняемых действий, защите отчетов по практическим занятиям; - оценка заданий для самостоятельной работы,</p> <p>Промежуточная аттестация: - экспертная оценка выполнения практических заданий на зачете</p>