

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 30.08.2022 г. № 46



ТВЕРЖДАЮ

Директор

Ю. А. Митько

Приказ от 30.08.2022 г. № 145/1-ОД

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.10 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА
В ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
Период обучения 2022-2024

2022 г.

УМК ООП СПО 43.01.09 Повар, кондитер

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, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.12.2016г. № 1569.

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

Разработчик: Подкина Н.В. преподаватель, ВКК

Рассмотрена на заседании методического совета
протокол № 46 от 30.08.2022 г.

Председатель методического совета  И.С. Шаманаева

Согласовано:

Зам. директора по УР  И.Н.Субботина

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.01.09 Повар, кондитер.

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

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Таблица 1

Код ОК	Код ЛР	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 06 ОК 07 ОК 09 ОК 11	ЛР 13,14	- 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.	- 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
Объем образовательной программы	36
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	34
в том числе:	
теоретическое обучение	10
лабораторные работы (если предусмотрено)	-
практические занятия	24
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
консультации	-
Самостоятельная работа ¹	2
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета ²	

¹Объем самостоятельной работы обучающихся определяется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема образовательной программы в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренным тематическим планом и содержанием учебной дисциплины (междисциплинарного курса).

²Проводится в форме дифференцированного зачета

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины 2 курс (на базе среднего общего образования)

Таблица 3

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём час.	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1. Основы менеджмента			
Тема 1.1 Сущность, цели и задачи менеджмента	Теоретические занятия		ОК 01–ОК 04; ОК 06, ОК 11 ЛР 13,14
	1. Понятие, цели изадачи менеджмента	2	
	Практические занятия		
	2. Практическая работа №1 Деловая игра на умение находить правильное управленческое решение методом «мозгового штурма»	2	
Тема 1.2 Управление производственн ым персоналом в общественном питании	Теоретические занятия		ОК 01–ОК 04 ОК 06, ОК 09, ОК-11 ЛР 13,14
	3. Особенности управления в организациях питания.	2	
	Практические занятия		
	4. Практическая работа №2 Личность в организации	2	
	5. Практическая работа №3 Мотивация персонала.	2	
	6. Практическая работа №4 Должностные инструкции и профессиональные стандарты.	2	
Тема 1.3 Коммуникации в управлении	Практические занятия		ОК 01–ОК 04 ОК 06, ОК 09, ОК-11 ЛР 13,14
	7. Практическая работа №5 Стили руководства	2	
	8. Практическая работа №6 Применение тайм-менеджмента в общественном питании	2	
	Самостоятельная работа	2	
	Подготовка доклада-презентации по мотивации персонала	2	
Раздел 2. Основы маркетинга			
Тема 2.1. Понятие маркетинга, его цели и функции	Теоретические занятия		ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 07, ОК-11 ЛР 13,14
	9. Рынок, как объективная экономическая основа маркетинга	2	
	Практические занятия		
	10.Практическое занятие №7. Анализ окружающей среды предприятия питания.	2	
	11. Практическое занятие №8 Концепции маркетинга		
Тема 2.2. Маркетинговые исследования в общественном питании	Практические занятия		ОК 01, ОК 02, ОК 04 ОК-09 ОК 07, ОК-11 ЛР 13,14
	12. Практическая работа №9 «Анализ поведения потребителя при совершении покупок»	2	
	13. Практическая работа №10 SWOT-анализ предприятия общественного питания	2	

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4
Тема 2.3. Разработка комплекса маркетинга	Теоретические занятия		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ОК-11 ЛР 13,14
	14. Понятие комплекса маркетинга и его разработка в ОП.	2	
	Практические занятия		
	15. Практическая работа №11 Разработка маркетинговых мероприятий для продления ЖЦТ и продвижения организации ресторанного бизнеса.	2	
Тема 2.4. Стимулирование сбыта и реклама	Теоретические занятия		ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ОК-11 ЛР 13,14
	16. Методы продвижения товаров и услуг в маркетинге	2	
	Практические занятия		
	17. Практическая работа №12 Проведение рекламного мероприятия по продвижению предприятия питания на рынке	2	
Промежуточная аттестация			
Всего		36	

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. ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения. - Введ. 2015-01-01. - М.: Стандартинформ, 2014.-III, 10 с.

2. ГОСТ 30389 - 2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования – Введ. 2016 – 01 – 01. – М.: Стандартиформ, 2014.- III, 12 с.

3. Драчева Е.Л., Юликов Л.И. Менеджмент: учебник для сред. проф. образования – М.: Издательский центр «Академия», 2016. – 304 с.

4. Жабина С.Б., Бурдюгова О.М., А.В. Колесова Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: Учебник для учреждений сред. проф. образования / Жабина С.Б., Бурдюгова О.М., А.В. Колесова. – М. Издательский центр «Академия», 2017.

5. 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).

6. Пястолов С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга + еПриложение: тесты: учебник – Москва: КНОРУС, 2019. – 246 с. (Среднее профессиональное образование).

3.2.2. Дополнительные источники

1. Гомола А.И. Экономика для профессий и специальностей социально-экономического профиля: Учебник / Гомола А.И., В.И. Кириллов, П.А. Жанин. – 5-е издание., стер. – М. Издательский центр «Академия», 2017.

2. Гомола А.И. Экономика для профессий и специальностей социально-экономического профиля : Практикум / А.И. Гомола, В.И. Кириллов, П.А. Жанин. 3-е издание., стер. – М. Издательский центр «Академия», 2017.

3. Гербер И.А. Экономические и правовые основы производственной деятельности: учебное пособие – Москва: КНОРУС, 2020. – 336 с. – (Среднее профессиональное образование)

5. Череданова Л.Н. Основы экономики и предпринимательства: Учебник, - М. ПрофОбрИздат, 2018 г.

6. Шапиро, Сергей Александрович. .Управление персоналом [Текст] : учебное пособие / С. А. Шапиро. - Москва : КНОРУС, 2020.

3.2.3. Интернет-ресурсы

2. Гражданский кодекс Российской Федерации: Актуальная редакция с Комментариями по состоянию на 18.05.2022. Режим доступа <https://gkodeksrf.ru/> Дата обращения 13.06.2022.

3. АUPru Административно-управленческий портал Режим доступа <http://www.aup.ru> – административно-управленческий портал. (Дата обращения 13.06.2022)

4. Портал Ресторанов. Режим доступа <https://restoranoff.ru/> (Дата обращения 13.06.2022)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 4

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
1	2	3
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины: – 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.	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	Текущий контроль при проведении: письменного/устного опроса; -тестирования; -оценки результатов самостоятельной работы (докладов, рефератов, теоретической части проектов, учебных исследований и т.д.) Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в виде: -письменных/устных ответов, -тестирования

1	2	3
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины: – 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	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.	Текущий контроль: - экспертная оценка демонстрируемых умений, выполняемых действий, защите отчетов по практическим занятиям; - оценка заданий для самостоятельной работы, Промежуточная аттестация: - экспертная оценка выполнения практических заданий на зачете