

Рабочая программа дисциплины

«ОП 10. Основы менеджмента и маркетинга в предприятиях общественного питания»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ	
1. Общая характеристика	
1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	
1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины	
2. Структура и содержание ДИСЦИПЛИНЫ.....	
2.1. Трудоемкость освоения дисциплины.....	
2.2. Содержание дисциплины	
3. Условия реализации ДИСЦИПЛИНЫ	
3.1. Материально-техническое обеспечение	
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	
4. Контроль и оценка результатов освоения ДИСЦИПЛИНЫ.....	

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ»

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга в предприятиях общественного питания»:

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ПК 2.4. ПК 2.6.	- выдерживать температуру подачи; - выбирать контейнеры, эстетично упаковывать соусы для транспортирования; - творчески оформлять тарелку с горячими блюдами соусами	
ОК 01 -ОК 06 ОК 09	- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;	
ОК 01 -ОК 06	- организовывать работу коллектива и команды;	- системы управления трудовыми ресурсами в организации.
ОК 01 -ОК 07 ОК 09	- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами; - выстраивать траектории профессионального и личностного развития;	- психологию коллектива и личности;
ОК 01 -ОК 06 ОК 09;	- использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения;	
ОК 01 -ОК 06 ОК 09;	- анализировать текущую ситуацию на рынке товаров и услуг;	- сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга;
ОК 01 -ОК 06 ОК 09	- анализировать спрос на товары и услуги;	- понятие сегментация рынка;
ОК 01 -ОК 07 ОК 09	- грамотно определять маркетинговую политику организации питания (товарную, ценовую политику, способы продвижения продукции и услуг на рынке);	- факторы внешней среды организации питания, элементы ее внутренней среды и методики оценки влияния факторов внешней среды на хозяйственную деятельность организации (SWOT-анализ);
	- проводить маркетинговые исследования в соответствии с	- методы проведения маркетинговых исследований;

	-проводить маркетинговые исследования в соответствии с целями организации и анализ потребительских предпочтений.			
--	--	--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	80	40
<i>Курсовая работа (проект)</i>		
Самостоятельная работа		
Промежуточная аттестация в <i>форме дифференцированного зачета</i>	2	
Консультация	1	
Всего	83	40

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

наименование разделов и тем	содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий, курсовая работа (проект)	объем, ак. ч. / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч.	коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Раздел 1. Основы менеджмента			
Тема 1 1 Современный менеджмент, среда организации, функции	Содержание учебного материала	2	ОК 01-06, 09
	Понятие менеджмента, его задачи и роль в развитии современного производства		
	Принципы, объекты и субъекты управления	4	ОК 01-06, 09
	Функции менеджмента		
	Организация, как система управления. Характеристика внешней и внутренней среды организации, цикла менеджмента предприятия.	6	ОК 01-06, 09
	Понятие «окружающая среда организации»		
	Практические занятия	4	ОК 01-06, 09
	Экскурсия на предприятие общественного питания на тему «Анализ внешней и внутренней среды организации. Факторы внешней и внутренней среды, их состав и влияние на деятельность организации. Анкетирование»		
	Организационная культура и ее типы	2	ОК 01-06, 09
	Практические занятия	2	ОК 01-06, 09
Тема 1 2 Методы управления в менеджменте	Анализ цикла менеджмента предприятия		
	Содержание учебного материала	4	ОК 01-06, 09
	Система методов управления. Личность. Коммуникация		
	Практические занятия: Разбор практико-ориентированных ситуаций по подбору методов управления	2	ОК 01-06, 09
	Стили управления	2	ОК 01-06, 09

	Практические занятия Мотивация персонала	2	ОК 01-06, 09
	Практические занятия Стили управления	2	ОК 01-06, 09
	Управление конфликтами и стрессами. Формы и методы подбора и отбора персонала	2	ОК 01-06, 09
	Практические занятия Решение ситуационных задач по деловому общению	2	ОК 01-06, 09
	Практические занятия Решение ситуаций по принятию управленческих решений, управление конфликтами	4	ОК 01-06, 09
	Практические занятия Применение тайм менеджмента в общественном питании	2	ОК 01-06, 09
	Практические занятия Деловая игра на умение находить правильное управленческое решение методом «мозгового штурма»	2	ОК 01-06, 09
	Тема 1.3. Самоменеджмент	Содержание учебного материала Необходимость. Природа самоменеджмента	4
Раздел 2. Основы маркетинга			
Тема 2.1. Сущность маркетинга сегментирование	Содержание учебного материала Маркетинг, его сущность и его значения в управлении предприятием. Цел и задачи маркетинга. Управление и комплекс маркетинга	4	ОК 01-06, 09
	Понятие маркетинговых исследований. Виды и методы маркетинговых исследований. Объекты и субъекты, виды среды маркетинга	4	ОК 01-06, 09
	Понятие товара в маркетинговой деятельности. Понятие рынка и его характеристика. Виды рынков	4	ОК 01-06, 09
	Практические занятия: Изучение и определение видов рынка в г. Камышлов	4	ОК 01-06, 09

	Сущность сегментации рынка. Понятие сегментации рынка и его характеристики	2	ОК 01-06, 09
	Практические занятия Проанализировать и определить рыночный сегмент для различных видов предприятий	4	ОК 01-06, 09
	Практические занятия SWOT –анализ предприятия	2	ОК 01-06, 09
	Практические занятия Анализ поведения потребителей	2	ОК 01-06, 09 ПК 2.4. ПК 2.6.
	Практические занятия Миссия предприятия общественного питания	2	ОК 01-06, 09
	Практические занятия Продвижение рекламного мероприятия по продвижению предприятия общественного питания	4	ОК 01-06, 09 ПК 2.4. ПК 2.6.
Консультация		1	
Дифференцированный зачет		2	
Итого		83	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет Социально-экономических дисциплин, оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-П.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Белоусова С.Н., Маркетинг: учебное пособие для студентов СПО. – Ростов н/Д: Феникс, 2021
2. Драчева Е.Л. Менеджмент: учебное пособие для студентов СПО.- Академия, 2023
3. Жабина С.Б. Бурдюкова О.М. Колесова А.В. Основы экономики, менеджмента, и маркетинга в общественном питании: учебник для студентов СПО Изд. центр Академия 2021

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоенности компетенций	Методы оценки
Знания – 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,	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

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 общественного питания.		
умения – 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	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

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 42050279359779253213008452138721925187139459965

Владелец Бочкарева Елена Еварестовна

Действителен с 26.02.2025 по 26.02.2026