Аннотация профессионального модуля ПМ 03

*«Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания»*

специальности *43.02.01 «Организация обслуживания в общественном питании»*

Рабочая программа ПМ соответствует требованиям ФГОС СПО по специальности *43.02.01 «Организация обслуживания в общественном питании»*

1. **Место модуля в структуре**

ПМ 03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания является неотъемлемой частью ФГОС СПО.

1. **Цель и задачи модуля, требования к результатам освоения дисциплины**

В результате освоения модуля студент должен:

**Уметь:**

- идентифицировать продовольственные товары, сырье, полуфабрикаты, продукцию общественного питания по ассортиментным характеристикам;

- оценивать их качество, устанавливать дефекты и определять градации качества;

- контролировать условия и сроки хранения для обеспечения сохраняемости продовольственных товаров и сырья, определять и списывать товарные потери;

- использовать нормативные и технологические документы; готовить и оформлять ограниченный ассортимент продукции общественного питания;

- производить технологические расчеты, необходимые для выполнения заказа;

- составлять и заключать договора на поставку товаров;

- проводить приемку продукции;

- контролировать соблюдение персоналом технологического процесса производства;

- определять вид, тип и класс организации общественного питания;

- организовывать, осуществлять и контролировать процесс подготовки к обслуживанию;

- подбирать виды оборудования, мебели, посуды, приборов, белья и рассчитывать их необходимое количество в соответствии с типом и классом организации общественного питания;

- организовывать, осуществлять и контролировать процесс обслуживания с использованием различных методов и приемов подачи блюд и напитков, техники подачи продукции из сервис-бара, приемов сбора использованной посуды и приборов;

- осуществлять расчет с посетителями;

- принимать рациональные управленческие решения;

- применять приемы делового и управленческого общения в профессиональной деятельности;

- регулировать конфликтные ситуации в организации;

- определять численность работников, занятых обслуживанием, в соответствии с заказом и установленными требованиями;

- выбирать, оформлять и использовать информационные ресурсы, необходимые для обеспечения процесса обслуживания в организациях общественного питания;

- составлять и оформлять меню, карты вин и коктейлей, осуществлять консультирование потребителей;

- определять и анализировать показатели эффективности обслуживания (прибыль, рентабельность, повторную посещаемость);

- выбирать и определять показатели качества обслуживания, разрабатывать и представлять предложения по повышению качества обслуживания;

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 и 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;

- анализировать структуру стандартов разных категорий и видов, выбирать номенклатуру показателей качества; работать с нормативно-правовой базой;

- пользоваться измерительными приборами и приспособлениями; проверять правильность заполнения сертификатов и деклараций соответствия;

- контролировать качество продукции и услуг в соответствии с требованиями нормативных документов и федеральных законов в области контроля качества продукции и услуг общественного питания;

- идентифицировать продукцию и услуги общественного питания, распознавать их фальсификацию, осуществлять меры по предотвращению фальсификации;

**Знать:**

основные понятия и нормативную базу товароведения;

- ассортимент продовольственных товаров, условия и сроки их хранения;

- этапы технологического цикла, способы кулинарной обработки, классификацию и ассортимент продукции общественного питания, правила оформления и отпуска, условия и сроки хранения продукции;

- классификацию организаций общественного питания, их структуру;

- порядок разработки и заключения договоров, приемки продукции по количеству и качеству;

- правила оперативного планирования работы организации;

- организацию и нормирование труда персонала: показатели использования рабочего времени, основные виды норм затрат труда и методы нормирования труда, графики выхода на работу

цели, задачи, средства, методы и формы обслуживания;

- классификацию услуг общественного питания;

- этапы процесса обслуживания; особенности подготовки и обслуживания в организациях общественного питания разных типов и классов;

- специальные виды услуг и формы обслуживания, специальное оборудование для обслуживания в организациях общественного питания;

- характеристику методов и форм обслуживания потребителей в зале обслуживания, методы и приемы подачи блюд и напитков, техники подачи продукции из сервис-бара, приемы сбора использованной посуды и приборов, требования к проведению расчета с посетителями;

- цели, задачи, категории, функции, виды и психологию менеджмента, принципы и стили управления коллективом, процесс принятия и реализации управленческих решений, методы оптимизации, основы организации работы коллектива;

- психологические свойства личности, психологию труда в профессиональной деятельности, психологию коллектива и руководства, психологические аспекты управления профессиональным поведением;

- требования к обслуживающему персоналу, особенности обслуживания в организациях общественного питания разных типов и классов;

- специальные виды услуг и формы обслуживания;

- информационное обеспечение услуг общественного питания: ресурсы (меню, карты вин и коктейлей, рекламные носители), их выбор, оформление и использование;

- показатели эффективности обслуживания потребителей (прибыль, рентабельность, повторную посещаемость) и их определение;

- критерии и показатели качества обслуживания

цели, задачи, принципы, функции, концепции, объекты, средства, методы маркетинга, понятие и структуру маркетинговой среды организации;

- 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.

цели, задачи, объекты, субъекты, средства, принципы и методы, нормативно-правовую базу технического регулирования, стандартизации, метрологии, оценки и подтверждения соответствия;

- основные понятия в области контроля качества продукции и услуг, назначение, виды, подвиды, средства, методы, нормативно-правовую базу проведения контроля качества продукции и услуг общественного питания, понятие, виды, критерии, показатели и методы идентификации;

- способы обнаружения фальсификации, ее последствия и меры предупреждения.

1. **Формируемые компетенции**

ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК 10; ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4.

1. **Содержание модуля (содержание разделов дисциплин модуля, разделы дисциплин модуля и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплин модуля и виды занятий)**

*Раздел 1. Маркетинговая деятельность предприятий общественного питания*

Тема 1. Понятие и сущность маркетинга

Тема 2. Маркетинговые исследования рынка

*Раздел 2. Товар и услуга в маркетинге*

Тема 2.1. Жизненный цикл товара

Тема 2.2. Ценовая политика предприятия

*Раздел 3. Маркетинговые коммуникации продвижения товара*

Тема 3.1. Рекламная деятельность предприятий общественного питания

1. **Объем ПМ:** 143 (в том числе ауд.– 76, см. р. – 67).
2. **Форма промежуточного контроля:** дифференцированный зачет
3. **Семестр**: 6

Разработчик:

Преподаватель техникума ПИ (ф) РЭУ им. Г.В. Плеханова Барабанова А.В.