

Министерство образования, науки и молодежи Республики Крым
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение Республики Крым
«РОМАНОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА»

УТВЕРЖДЕНО

Заместитель директора по УПР
ГБПОУ РК «РКИГ»

Е.Ш. Булаш

Приказ № 145 от 31 августа 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП 09 МАРКЕТИНГ В ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИТАНИЯ
специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство



г. Симферополь, 2023

Рабочая программа учебной дисциплины ПМ 09 «Маркетинг в предприятиях питания» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по 43.02.16 Туризм и гостеприимство, входящей в укрупненную группу 43.00.00 Сервис и туризм.

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Республики Крым «Романовский колледж индустрии гостеприимства».

Разработчик: _____ преподаватель ГБПОУ РК «РКИГ»
Рабочая программа учебной дисциплины ПМ 09 «Маркетинг в предприятиях питания» рассмотрена на заседании ЦМК «общепрофессиональных дисциплин»

Протокол № 1 от 31 августа 2023 г.
Председатель ЦМК _____ Елина В.Н.

Рабочая программа учебной дисциплины ПМ 09 «Маркетинг в предприятиях питания» рекомендована методическим советом ГБПОУ РК «РКИГ» при реализации основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности: 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Протокол № 1 от 31 августа 2023 г.
Методист _____ Донченко Я.А.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины	4
2. Структура и содержание учебной дисциплины	7
3. Условия реализации учебной дисциплины	14
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	15

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП 09 МАРКЕТИНГ В ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИТАНИЯ

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Маркетинг в предприятиях питания» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01-05; ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01-05 ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - применять правовые нормы в профессиональной деятельности - применять нормы трудового права при взаимодействии с подчиненным персоналом; - оформлять документацию в соответствии с требованиями государственных стандартов и других нормативные документы, регулирующие правоотношения гостиничной деятельности в Российской Федерации - организовывать оформление документации, составление, учет и хранение отчетных данных - выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания - формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт - оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией 	<ul style="list-style-type: none"> - основные законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие правоотношения сферы туризма и гостеприимства в Российской Федерации - правовое регулирование партнерских отношений в туризме гостиничном бизнесе - права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности - права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности - общие требования к документационному обеспечению управления в туризме и индустрии гостеприимства стандарты, нормы и правила ведения документации - цели, задачи, принципы, функции, концепции, объекты, средства, методы маркетинга, маркетинговую среду организации; - особенности жизненного цикла продукции и услуг общественного питания: этапы, маркетинговые мероприятия; - особенности маркетинга услуг общественного питания; - особенности маркетинговой деятельности в организациях 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

		<p>правила проведения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - источники и критерии отбора маркетинговой информации; - критерии и показатели оценки конкурентоспособности продукции и услуг.
--	--	---

Освоение производственной практики обеспечивает достижение обучающимися следующих личностных результатов реализации программы воспитания:

ЛР №	Расшифровка
ЛР 1	Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе, и современном мировом сообществе. Сознающий свое единство с народом России, с Российским государством, демонстрирующий ответственность за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать историческую правду о Российском государстве
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранниками
ЛР 3	Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней.
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию в течение жизни демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионально конструктивного «цифрового следа».
ЛР 5	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России, к Российскому Отечеству. Проявляющий ценностное отношение к историческому

	и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права.
ЛР 6	Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации.
ЛР 7	Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения. Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей.
ЛР 8	Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение.
ЛР 9	Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных наклонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде.
ЛР 10	Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира, проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них.
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве.
ЛР 12	Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
ЛР 13	Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма и гостеприимства.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	66
в т.ч. в форме практической подготовки	36
в т. ч.:	
теоретическое обучение	22
практические занятия	36
<i>Самостоятельная работа</i>	-
Консультация	2
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ПМ 09 «Маркетинг в предприятиях питания»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. час. / в т. ч. в форме практической подготовки	Домашнее задание	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Раздел 1. Маркетинг в предприятиях питания		66/36		
Тема 1. Основы маркетинга услуг общественного питания	Содержание учебного материала	6		ОК 01-05 ОК 09
	1. Введение. Социально-экономическая сущность маркетинга и его основные концепции.	1	конспект	
	2. Введение. Социально-экономическая сущность маркетинга и его основные концепции.	1	конспект	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4		
	3. Сравнение определений маркетинга, данных в отечественной и зарубежной литературе.	1	защита практической работы	
	4. Сравнение определений маркетинга, данных в отечественной и зарубежной литературе.	1	защита практической работы	
	5. Составление схемы деятельности маркетинговых служб предприятия общественного питания.	1	защита практической работы	
6. Составление схемы деятельности маркетинговых служб предприятия общественного питания	1	защита практической работы		
Тема 2. Реализация концепции маркетинга на предприятиях общественного питания	Содержание учебного материала	4		ОК 01-05 ОК 09
	7. План – программа маркетинговой деятельности предприятия общественного питания.	1	конспект	

	8. План – программа маркетинговой деятельности предприятия общественного питания.	1	конспект	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2		
	9. Разработка плана-программы маркетинга для предприятия общественного питания.	1	защита практической работы	
	10. Разработка плана-программы маркетинга для предприятия общественного питания.	1	защита практической работы	
Тема 3. Объекты маркетинговой деятельности.	Содержание учебного материала	4		ОК 01-05 ОК 09
	11. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей.	1	конспект	
	12. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей.	1	конспект	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4		
	13. Выявление и формирование спроса на услуги общественного питания.	1	защита практической работы	
	14. Выявление и формирование спроса на услуги общественного питания.	1	защита практической работы	
	15. Выявление и формирование спроса на услуги общественного питания.	1	защита практической работы	
	16. Выявление и формирование спроса на услуги общественного питания.	1	защита практической работы	
Тема 4. Субъекты маркетинговой деятельности.	Содержание учебного материала	4		ОК 01-05 ОК 09
	17. Потребители: понятие, их классификация, сегментирование. Теории содержания мотивации	1	конспект	
	18. Поведение потребителей. Модели потребительского поведения.	1	конспект	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4		
	19. Составление схемы маркетинговой службы в организации	1	защита	

	общественного питания.		практической работы	
	20. Составление схемы маркетинговой службы в организации общественного питания	1	защита практической работы	
	21. Анализ поведения потребителя при совершении покупки.	1	защита практической работы	
	22. Анализ поведения потребителя при совершении покупки.	1	защита практической работы	
Тема 5. Конкурентоспособность предприятий, услуг.	Содержание учебного материала	4		ОК 01-05 ОК 09
	23. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность предприятий, продукции и услуг, конкурентные преимущества.	1	конспект	
	24. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность предприятий, продукции и услуг, конкурентные преимущества.	1	конспект	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6		
	25. Выбор, определение и анализ показателей конкурентоспособности организации.	1	защита практической работы	
	26. Выбор, определение и анализ показателей конкурентоспособности организации.	1	защита практической работы	
	27. Проведение анализа конкурентных преимуществ организации.	1	защита практической работы	
	28. Проведение анализа конкурентных преимуществ организации.	1	оформить отчет	
	29. На основе анализа показателей конкурентоспособности сделать вывод о конкурентоспособности организации.	1	защита практической работы	
	30. На основе анализа показателей конкурентоспособности сделать вывод о конкурентоспособности организации.	1	оформить отчет	
Тема 6. Методы	Содержание учебного материала	8		ОК 01-05

маркетинга.	31. Классификация методов маркетинга.	1	конспект	ОК 09
	32. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки.	1	конспект	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6		
	33. Рассмотрение процесса участия в проведении маркетинговых исследований рынка.	1	защита практической работы	
	34. Рассмотрение процесса участия в проведении маркетинговых исследований рынка.	1	защита практической работы	
	35. Проведение сбора и анализа маркетинговой информации.	1	защита практической работы	
	36. Проведение сбора и анализа маркетинговой информации.	1	оформить отчет	
	37. Выбор и применение маркетинговых коммуникаций для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта.	1	защита практической работы	
	38. Выбор и применение маркетинговых коммуникаций для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта.	1	защита практической работы	
Тема 7. Ценовая политика в комплексе маркетинга	Содержание учебного материала	8		ОК 01-05 ОК 09
	39. Особенности установления цены на товары и услуги в системе общественного питания.	1	конспект	
	40. Особенности установления цены на товары и услуги в системе общественного питания.	1	конспект	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6		
	41. Анализ ценовой политики предприятия общественного питания.	1	защита практической работы	
	42. Анализ ценовой политики предприятия общественного питания.	1	оформить отчет	
	43. Определение направления ценовой политики и обоснование её выбора.	1	защита практической работы	
	44. Определение направления ценовой политики и обоснование её	1	защита	

	выбора.		практической работы	
	45. Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации.	1	защита практической работы	
	46. Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации.	1	оформить отчет	
Тема 8. Формирование коммуникационной политики предприятий общественного питания	Содержание учебного материала	6		ОК 01-05 ОК 09
	47. Алгоритм разработки и технология проведения рекламных кампаний.	1	конспект	
	48. Алгоритм разработки и технология проведения рекламных кампаний.	1	конспект	
	49. Дисконтные программы и программы лояльности на предприятиях общественного питания.	1	конспект	
	50. Дисконтные программы и программы лояльности на предприятиях общественного питания.	1	конспект	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2		
	51. Оценка коммуникационной политики предприятия общественного питания.	1	защита практической работы	
	52. Оценка коммуникационной политики предприятия общественного питания.	1	защита практической работы	
Тема 9. Маркетинговый контроль на предприятиях общественного питания	Содержание учебного материала	4		ОК 01-05 ОК 09
	53. Маркетинговый контроль на предприятиях общественного питания.	1	конспект	
	54. Маркетинговый контроль на предприятиях общественного питания.	1	конспект	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2		
	55. Составление анкеты для оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятии общественного питания.	1	оформить отчет	
	56. Составление анкеты для оценки эффективности маркетинговой деятельности на предприятии общественного питания.	1	оформить отчет	
Тема 10. Концепция развития рыночной	Содержание учебного материала	2		ОК 01-05 ОК 09
	57. Концепции развития рыночной экономики, их характерные	1	конспект	

экономики.	признаки.			
	58. Концепции развития рыночной экономики, их характерные признаки.	1	конспект	
Консультация		2		
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6		
Всего:		66		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- кабинет «Основ маркетинга»
- лаборатория «Учебный ресторан или бар»

№ п/п	Материально-техническое обеспечение обучения
1.	Доска.
2.	Посадочные места студентов.
3.	Рабочее место преподавателя.
4.	Учебно-наглядные пособия (учебники, терминологические словари разных типов, опорные конспекты-плакаты, стенды, карточки, раздаточный материал, комплекты практических работ).
5.	Компьютер.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

Основные источники:

1. 1. Кузьмина Е.Е Маркетинг: учебник и практикум, - М.: Изд. Юрайт, 2018. - 383 с.
2. 2. Жабина С.Б.Маркетинг в организациях общественного питания: 2-е изд., исп. и доп. учебное пособие, - М.: Изд. Юрайт, 2018. -264 с.
3. 3. Батраева, Э. А. Экономика предприятия общественного питания: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Э. А. Батраева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 390 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04578-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452697> (дата обращения: 07.04.2020).
4. 4. Жабина, С. Б. Маркетинг в организациях общественного питания: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05791-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454443> (дата обращения: 07.04.2020).
5. 5. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5- 9916-8980-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437531>

Интернет-ресурсы

6. 1. <https://ramu.ru/> Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (РАМУ).
7. 2. <http://marketing-tpprf.ru/> Подкомитет по маркетингу торговопромышленной палаты РФ.

8. 3. <http://marketologi.ru/> Некоммерческое партнерство Гильдия Маркетологов.
9. 4. <http://www.oiom.ru/> Объединение исследователей рынка и общественного мнения.
10. 5. <http://www.ram.ru/> Российская ассоциация маркетинга.
11. 6. <http://www.somar.ru/> СОМАР — Союз Маркетологов России.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Планировать текущую деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Планировать текущую деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Знать основы финансового, бухгалтерского и статистического учета на предприятиях питания	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Применять теории мотивации персонала и его психологические особенности	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного	Применять теорию межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии малой группы	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике

контекста		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Выполнение работ в соответствии с установленными нормативно-правовыми актами на русском и иностранных языках	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике