

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ  
«САМАРСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»



**ПРОГРАММА**

**ПП.03 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА**

**(ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

**ПМ.03 Маркетинговая деятельность**

**в организациях общественного питания**

специальность 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

Самара, 2020

Программа производственной практики (по профилю специальности)  
разработана на основе: ФГОС СПО по специальности 43.02.01 Организация  
обслуживания в общественном питании

Разработчик: Панова Л.В., преподаватель ГБПОУ «СТЭК»

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

на заседании ПЦК Пищевых производств и обслуживания

Протокол № 9 от «14» 04 2020г.

Председатель ПЦК  /Большакова Ю.С./

## Содержание

1.	Паспорт программы производственной практики	стр. 4
2.	Производственная практика по профессиональному модулю	стр. 5
3.	Материально-техническое обеспечение производственной практики	стр. 11

# **I. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

## **1. Область применения программы:**

Программа производственной практики является частью основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании в части освоения квалификаций: Менеджер и основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания.

## **2. Цели и задачи производственной практики:**

Формирование у обучающихся профессиональных компетенций в условиях реального производства.

## **3. Требования к результатам производственной практики:**

В результате прохождения производственной практики по ВПД Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания обучающийся должен освоить:

<b>ВПД</b>	<b>Профессиональные компетенции</b>
Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания	ПК.3.1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания.
	ПК 3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт
	ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией

## **4. Формы контроля:**

Производственная практика - дифференцированный зачет.

## **5. Количество часов на освоение программы производственной практики:**

Всего 108 часов:

в рамках освоения ПП. 03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания.

**II. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ПО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ  
ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного  
питания**

**1. Результаты освоения программы производственной практики**

Результатом освоения программы производственной практики являются сформированные профессиональные компетенции

<b>Код</b>	<b>Наименование профессиональной компетенции</b>
ПК 3.1.	Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания.
ПК 3.2.	Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт
ПК 3.3.	Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией

## 2. Содержание производственной практики

Производственная практика						
код ПК	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающих формирование ПК	Объем часов	Формат практики (рассредоточено/концентрированно) с указанием базы практики	Уровень освоения	Показатели освоения ПК
1	2	3	4	5	6	7
ПК 3.1.	Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания	Знакомство с маркетинговой деятельностью на предприятии общественного питания.	6	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт в анализе организационно-экономической деятельности предприятия.
		Изучить и разработать комплекс маркетинга предприятия общественного питания	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт в формировании основных экономических показателей деятельности предприятия.
			2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт в работе маркетинговой службы предприятия, экономическим отделом, отделом кадров и др.
			2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт в подборе нормативной документации при правовом регулировании маркетинга.
		Изучить и проанализировать продукцию и услуги предприятия общественного питания	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт в определении микросреды и макросреды предприятия.
			2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт в анализе продукции предприятия.
			2	Концентрированно, предприятия общественного	3	Демонстрирует практический опыт в анализе услуг предприятия.

				питания		
		Изучить этапы разработки товарного знака, упаковки, маркировки предприятия общественного питания	3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при определении сегмента рынка.
			3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при изучении потребителей предприятия
			3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при разработке товарного знака.
			3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при разработке упаковки и маркировки на предприятии.
		Определить подкрепления продукции и услуг предприятия общественного питания. Изучить «Ассортиментный портфель» предприятия	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт в определении подкреплённых услуг предприятия.
			2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт в определении подкреплённой продукции предприятия общественного питания.
			2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт в формировании «Ассортиментного портфеля предприятия»
ПК 3.2.	Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт	Провести анализ жизненного цикла товара, согласно имеющимся продуктовой и ассортиментной политикой	6	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при анализе жизненного цикла товара (стадия внедрения продукции на рынок, стадия роста, стадия зрелости, мероприятия по продлению конкурентных преимуществ, стадия спада).
		Провести анализ сбытовой и ценовой политики предприятия общественного питания	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при ознакомлении со сбытовой и ценовой политиками организации общественного питания.

			2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при определении их целей, задач и основных направлений, обоснование целесообразности выбранных направлений организации общественного питания.
			2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при разработке предложений по совершенствованию сбытовой и ценовой политик.
		Изучить систему маркетингового контроля	3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при анализе проведенными в организации маркетинговыми исследованиями и их результатами.
			3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Выявление реального внедрения в работу организации принятых решений и разработанных мероприятий по результатам проведенных маркетинговых исследований.
			3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Проведение собственных маркетинговых исследований.
			3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Разработка предложений по результатам проведенных исследований.
		Составить и разработать предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия общественного питания	3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при составлении предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия общественного питания.
			3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при разработке предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия общественного питания.
ПК 3.3.	Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых	Изучить конкурентоспособность предприятия общественного питания. Определить и выявить конкурентов	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Ознакомление с конкурентной средой организации общественного питания. Составление реестра (по собственному мониторингу)



	организацией	предприятия общественного питания				
			2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Установление ассортимента продукции, услуг организаций -конкурентов общественного питания.
			1	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Сопоставления с ассортиментом продукции и услуг анализируемой организации общественного питания.
			1	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Разработка предложений по повышению конкурентных преимуществ организации общественного питания.
		Определить и оценить конкурентоспособность продукции и услуг предприятия общественного питания	6	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при оценивании конкурентоспособность продукции и услуг предприятия общественного питания.
		Изучить стратегию ценообразования организации общественного питания	4	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Образование продажной цены на продукцию собственного производства.
			4	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт расчета продажной цены на 100 порций готового изделия.
			4	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт расчета остатков товаров и готовой продукции на складе, производстве с использованием бухгалтерской программы 1С.
		Провести маркетинговые исследования предприятия общественного питания по продвижению продукции, товаров, доведения их до потребителя	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при проведении маркетинговых исследований предприятия по продвижению продукции, товаров, доведения их до потребителя.
		Изучить рекламные мероприятия организации общественного питания.	4	Концентрированно, предприятия общественного	3	Демонстрирует практический опыт при анализе рекламных мероприятий (вывеска, витрина, меню, радио и телереклама).

		Составить макет рекламного мероприятия на предприятии		питания		
			5	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт при составлении макета рекламного мероприятия.
		Провести оперативное консультирование потребителей предприятия общественного питания. Провести анализ полученных результатов	3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Демонстрирует практический опыт консультирования потребителей предприятия общественного питания.
			3	Концентрированно, предприятия общественного питания	3	Провести анализ полученных результатов.
		Дифференцированный зачет	1			
		<b>Итого:</b>	<b>108</b>			

### **III. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Реализация программы производственной практики по профессиональному модулю ПМ. 03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания требует наличия мест, оборудованных доступом в Интернет, и необходимыми комплектами документации.

Каждый студент должен иметь:

- задание по видам выполняемых работ в зависимости от места прохождения практики;
- дневник и отчет по практике;
- программу практики;
- аттестационный лист по производственной практике;
- план-график консультаций и контроля за выполнением студентами программы производственной практики.