

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



**ПРОГРАММА**

**УП.03 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА**

**ПМ.03 Маркетинговая деятельность**

**в организациях общественного питания**

специальность 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

Самара, 2020

Программа учебной практики 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 2020 г.

Председатель ПЦК  /Большакова Ю.С./

## Содержание

1.	Паспорт программы учебной практики	стр. 4
2.	Учебная практика по профессиональному модулю	стр. 5
3.	Материально-техническое обеспечение учебной практики	стр. 12

## **I. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

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

Программа учебной 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 учебной практики:**

Формирование у обучающихся опыта деятельности в рамках профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания.

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

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

ВПД	Профессиональные компетенции
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:**

Учебная практика – дифференцированный зачет.

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

Всего 72 часа:

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

## **II. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

### **ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания**

#### **1. Результаты освоения программы учебной практики**

Результатом освоения программы учебной 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 учебной практики

Учебная 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.	Ознакомление с предприятием: его организационно-правовая форма, тип, класс, место расположения, режим работы, перечень предоставляемых услуг.	1	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определять организационно-правовую форму предприятия, тип, класс.
		Выявлять, анализировать и формировать спрос на услуги общественного питания	1	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Составление таблицы «Выявление потребностей в продукции посетителей общественного питания»
		Составление таблицы «Выявление потребностей в услугах посетителей общественного питания»	1	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения выявлять потребности в услугах посетителей общественного питания.
		Ознакомление с составными элементами комплекса маркетинга организации общественного питания: (продукция, цена).	1	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определять составные элементы маркетинга общественного питания (продукция, цена).
		Ознакомление с составными элементами комплекса маркетинга организации общественного	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определять составные элементы маркетинга общественного питания (место, продвижение).

		питания: (место, продвижение)				
		Ознакомление с составными элементами комплекса маркетинга организации общественного питания: (персонал).	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определять составные элементы маркетинга общественного питания (персонал).
		Проведение опроса для выявления запросов потребителей по следующим этапам: подготовительный (согласование с руководством организации общественного питания проведения опроса)	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения проводить опрос для выявления запросов потребителей по следующим этапам: подготовительный (согласование с руководством организации общественного питания проведения опроса).
		Анализ эффективности указанных составных элементов: оценка качества продукции организации общественного питания (в баллах)	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения анализировать эффективность указанных составных элементов: оценка качества продукции организации общественного питания (в баллах).
		Анализ эффективности указанных составных элементов: уровня цен и стратегии ценообразования, соотношения: цена-качество;	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения анализировать эффективность указанных составных элементов: уровня цен и стратегии ценообразования, соотношения: цена-качество.
		Ознакомление с возможными видами подкрепления в организации общественного питания и наличием отдельных из них в конкретной организации.	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определять подкрепления в организации общественного питания.
		Составление перечня подкреплений продукции	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения составлять перечень подкреплений продукции применяемых в организации общественного питания - базе практики.

		применяемых в организации общественного питания - базе практики.				
		Составление перечня подкреплений услуг , применяемых в организации общественного питания - базе практики	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения составлять перечень подкреплений услуг , применяемых в организации общественного питания - базе практики.
		Анализ информационного подкрепления: меню	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения анализа информационного подкрепления: меню.
		Анализ информационного подкрепления: карты вин	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения анализа информационного подкрепления: карты вин.
ПК 3.2.	Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт	Определять направления сбытовой и ценовой политики, обосновывать целесообразность их выбора	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения 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	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения выбирать и применять маркетинговые коммуникации для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта
		Ознакомление со сбытовой политикой организации, общественного питания	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения работать сбытовой политикой организации, общественного питания.
		Ознакомление с ценовой политикой организации, общественного питания	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения работать с ценовой политикой организации, общественного питания.
		Определение их целей, обоснование целесообразности выбранных направлений	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определять цели, обоснование целесообразности выбранных направлений организации общественного питания.



		организации общественного питания.				
		Определение их, задач, обоснование целесообразности выбранных направлений организации общественного питания.	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определять задачи, обоснование целесообразности выбранных направлений организации общественного питания.
		Определение основных направлений по сбыту, обоснование целесообразности выбранных направлений организации общественного питания.	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определять основные направления по сбыту, обоснование целесообразности выбранных направлений организации общественного питания.
		Разработка предложений по совершенствованию сбытовой и ценовой политик.	3	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения разрабатывать предложения по совершенствованию сбытовой и ценовой политик.
		Осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации	3	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения сбора и обработка маркетинговой информации.
		Разрабатывать анкеты и опросные листы	3	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения разрабатывать анкеты и опросные листы.
		Составлять отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты	3	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения составлять отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты.
ПК 3.3.	Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией	Обосновывать целесообразность применения средств и методов маркетинга, выбирать и использовать наиболее рациональные из них	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Ознакомление с конкурентной средой организации общественного питания.

		Выявление основных конкурентов организации.	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения выявлять основных конкурентов организации.
		Составление сравнительной таблицы основных конкурентов (месторасположение, количество мест в торговом зале, режим работы предприятия, квалификационный состав).	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения составление сравнительной таблицы основных конкурентов (месторасположение, количество мест в торговом зале, режим работы предприятия, квалификационный состав).
		Сравнительная характеристика и установление ассортимента продукции, услуг организаций-конкурентов общественного питания путем ознакомления с их сайтом или личного посещения.	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения устанавливать ассортимент продукции, услуги организаций-конкурентов общественного питания путем ознакомления с их сайтом или личного посещения.
		Составление таблицы сопоставления с ассортиментом продукции и услуг анализируемой организации общественного питания.	3	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения составление таблицы сопоставления с ассортиментом продукции и услуг анализируемой организации общественного питания.
		Определение конкурентных преимуществ анализируемой организации общественного питания с конкурентами (признак ассортимента продукции)	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определение конкурентных преимуществ анализируемой организации общественного питания с конкурентами (признак ассортимента продукции).
		Определение конкурентных преимуществ анализируемой	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определение конкурентных преимуществ анализируемой организации общественного питания с конкурентами (признак предоставляемых услуг).

		организации общественного питания с конкурентами (признак предоставляемых услуг)				
		Определение конкурентных преимуществ анализируемой организации общественного питания с конкурентами (признак качества выпускаемой продукции)	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определение конкурентных преимуществ анализируемой организации общественного питания с конкурентами (признак качества выпускаемой продукции).
		Определение конкурентных преимуществ анализируемой организации общественного питания с конкурентами (признак профессиональных качеств и квалификации персонала)	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения определение конкурентных преимуществ анализируемой организации общественного питания с конкурентами (признак профессиональных качеств и квалификации персонала)
		Разработка предложений по повышению конкурентных преимуществ организации общественного питания	2	Концентрированно, предприятия общественного питания	2	Демонстрация умения разрабатывать предложения по повышению конкурентных преимуществ организации общественного питания
		Дифференцированный зачет	1			
		<b>Итого</b>	<b>72</b>			

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

Реализация учебной практики в рамках профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания предполагает наличие базы практики - предприятие общественного питания (оборудование и технологическое оснащение рабочих мест в соответствии со специализацией предприятий общественного питания.)

В качестве баз учебной практики должны быть выбраны предприятия, отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать данной специальности и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов.