

**Аннотация**  
рабочей программы профессионального модуля  
**ПМ. 03 Организация и проведение экономической и маркетинговой**  
**деятельности**

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности  
43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

**1.1. Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля является частью примерной основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация обслуживания в организациях общественного питания разных типов и классов и соответствующих профессиональных компетенций(ПК):

1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания.
2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт.
3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников для предприятий торговли при наличии среднего (полного) общего образования по направлению товароведение, торговое дело.

Программа профессионального модуля может быть использована при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программа профессионального модуля может быть реализована с применением дистанционных образовательных технологий.

**1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

**иметь практический опыт:**

- выявления и анализа потребностей в продукции и услугах общественного питания;
- участия в разработке комплекса маркетинга;
- определения подкрепления продукции и услуг;
- анализа сбытовой и ценовой политики;
- консультирование потребителей;
- разработки предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности;

- выявления конкурентов организации общественного питания и определения конкурентоспособности ее продукции и услуг;

- участия в маркетинговых исследованиях;

**уметь:**

- 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 отчеты 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;

**знать:**

- 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.

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Организация обслуживания в общественном питании», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями менеджера: ОК 1 – 7, ПК 1 – 3.

### **Виды учебной работы и объем учебных часов**

<i><b>Вид учебной работы</b></i>	<i><b>Объем часов</b></i>
<b>Максимальная учебная нагрузка</b>	216
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка</b>	168
в том числе:	
практические занятия	42
<b>Самостоятельная работа обучающегося</b>	48
<b>Учебная практика</b>	36
<b>Производственная практика</b>	36

### **Содержание обучения по профессиональному модулю**

#### **Раздел 1. Методологические основы маркетинга**

**Тема 1** Предмет, цели и задачи дисциплины

**Тема 2.** Концепции развития рыночных отношений

**Тема 3.** Структура маркетинговой деятельности

**Тема 4.** Классификация маркетинга

**Тема 5.** Сегментация рынка

#### **Раздел 2. Практический маркетинг**

**Тема 6.** Объекты маркетинговой деятельности

**Тема 7.** Субъекты маркетинговой деятельности

**Тема 8.** Окружающая среда маркетинга

**Тема 9.** Конкурентная среда

**Тема 10.** Средства маркетинга