

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.03 Маркетинг в общественном питании

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания

Направленность (профиль)

19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания

Форма обучения

заочная

Год набора

2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

канд. техн. наук, Доцент, Марченкова Светлана Георгиевна

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель изучения дисциплины: дать основы знаний в области организации маркетинга на предприятиях общественного питания, приобретение умений в использовании инструментария маркетинга для принятия управленческих решений в сфере ресторанного бизнеса, выявления потребностей и средств для их удовлетворения, стимулирования сбыта, проведения маркетинговых исследований на рынке услуг питания, формирование необходимых компетенций.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Основные задачи курса:

- формирование целей, задач и тактики продвижения услуг общественного питания;
- выявление достоинства продукции производства для создания рекламы;
- участие в маркетинговых исследованиях товарных рынков: сырья, оборудования, продукции питания;
- участие в разработке предложений по выбору поставщиков пищевых продуктов и сырья для предприятий питания;
- выявление требований потребителей к качественным характеристикам продукции питания и услуг, формирование потребительского спроса и прогнозирование объемов продаж;
- подготовка предложений по формированию ассортимента продукции питания и продвижению его на рынке.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-7: ПК-7. Способен планировать, организовывать и координировать процесс обслуживания потребителей организаций питания	
ПК-7.1: Проводит организационную диагностику, проектирования и регламентации процессов обслуживания потребителей организаций питания	инструменты и методы маркетингового планирования, а также способы планирования и создания, каналы проведения, бюджетирование и методы разработки календарно-тематических планов маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение бренда, продукции и услуг предприятия питания планировать маркетинговые мероприятия, в том числе составлять календарно-тематические планы проведения маркетинговых мероприятий, анализировать их эффективность, составлять рекламные сообщения о продукции производства предприятий питания, проводить рекламные акции,

	<p>использовать принципы образования, применяемые у конкурентов, анализировать работу с клиентской базой предприятия питания.</p> <p>способностью планировать маркетинговые мероприятия, составлять календарно-тематические планы их проведения, рекламные сообщения о продукции производства, рекламные акции, принципами ценообразования у конкурентов, способностью творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой</p>
<p>ПК-7.2: Распределяет производственные задания между бригадами официантов/барменов в зависимости от их специализации и определяет степени ответственности старших официантов/барменов</p>	<p>основные цели, задачи, принципы и методы проведения маркетинговых исследований, направленных на определение потребностей целевой аудитории рынка общественного питания, выбор поставщиков пищевого сырья и их предложений, а также определения меню предприятий общественного питания</p> <p>организовывать маркетинговые исследования товарных рынков, пищевого сырья и продукции; анализировать результаты маркетинговых исследований и использовать результаты при разработке предложений по выбору поставщиков для предприятий общественного питания</p> <p>навыками проведения маркетинговых исследований товарных рынков, пищевого сырья, продукции; навыками использования результатов маркетинговых исследований для разработки предложений по выбору поставщиков для предприятий общественного питания.</p>

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	Семестр					
		1	2	3	4	5	6

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Современная концепция маркетинга.									
	1. Введение. Основы маркетинга услуг общественного питания.	0,5							
	2. Ситуационная задача			1					
	3. Реализация концепции маркетинга на предприятиях общественного питания	0,5							
	4. Ситуационная задача								
	5. Организация и проведение маркетинговых исследований на предприятиях общественного питания								
	6. Ситуационная задача			0,5					
	7.							20	
2. Разработка комплекса маркетинга.									
	1. Товарная политика предприятия	0,5							
	2. Ситуационная задача			0,5					
	3. Ценовая политика в комплексе маркетинга	0,5							

4. Ситуационная задача								
5. Формирование коммуникационной политики предприятий общественного питания								
6. Ситуационная задача			0,5					
7. Специфика рекламы продукции и услуг общественного питания	0,5							
8. Ситуационная задача			0,5					
9.							20	
3. Управление маркетингом на предприятиях общественного питания								
1. Организация маркетинга на предприятиях общественного	0,5							
2. Ситуационная задача								
3. Стратегическое планирование на предприятиях общественного питания	0,5							
4. Ситуационная задача								
5. Маркетинговый контроль на предприятии общественного питания	0,5							
6. Ситуационная задача			1					
7.							20	
Всего	4		4				60	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Басовский Л.Е., Басовская Е. Н. Маркетинг: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
2. Яброва О.А, Попова А.С Основы управления маркетинговой деятельностью на предприятиях общественного питания: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...19.04.04.01 Новые пищевые продукты для рационального и сбалансированного питания] (Красноярск: СФУ).
3. Грушенко В. И. Эволюция восприятия маркетинга. Проектирование маркетинговой стратегии: Учебно-практическое пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
4. Рыжикова Т.Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик: Учебное пособие(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
5. Никулина Е. О., Иванова Г. В. Типы предприятий общественного питания: справочник(Красноярск: КГТЭИ).
6. Рыжкова О.В. Маркетинг услуг: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.03.02.04 Маркетинг](Красноярск: СФУ).
7. Якимова Е.А Маркетинг: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...38.03.02.01.13 Менеджмент организации (реальный сектор экономики), 38.03.02.02.08 Управление проектами (в организации), 38.03.02.04 Маркетинг](Красноярск: СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Операционная система Windows 10
2. Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus,
3. Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition,
4. ReaZip,
5. Adobe Acrobat Reader D

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационная справочно-правовая система Консультант плюс (локальная версия)
2. Справочно-правовая система Гарант (локальная версия)
3. Информационно-правовая система «Законодательство России»
<http://pravo.gov.ru/ips/>
4. Правовая справочно-консультационная система «Кодексы и законы РФ»
<http://kodeks.systems.ru>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:

№ 5-09

660075, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Лиды Прушинской, зд. 2

Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный 240*240, сплитсистема 7SP061305GCSIM9RC/ST SIM9, переносной проектор, ноутбук Samsung R528-DA04

Учебная аудитория для проведения, занятий семинарского типа:

№ 5-09

660075, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Лиды Прушинской, зд. 2

Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный 240*240, сплитсистема 7SP061305GCSIM9RC/ST SIM9, переносной проектор, ноутбук Samsung R528-DA04

Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации:

№ 5-09 кабинет основ маркетинга и коммерческой деятельности

660075, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Лиды Прушинской, зд. 2

Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный 240*240, сплитсистема 7SP061305GCSIM9RC/ST SIM9, переносной проектор, ноутбук Samsung R528-DA04

Учебная аудитория для самостоятельной работы:

№ 6-21

660075, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Лиды Прушинской, зд. 2

Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный Lumen 153*203, проектор Optoma DS211, персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300 в сборе – 13 шт. с подключением к сети Интернет (неограниченный доступ) и доступ в электронную информационную среду СФУ с подключением к сети Интернет (неограниченный доступ) и доступ в электронную информационную среду СФУ, концентратор Ascor