

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

очная

Год набора

2022

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)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	0,72 (26)	
занятия лекционного типа	0,39 (14)	
практические занятия	0,33 (12)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,28 (46)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				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.	2								
		2. Ситуационная задача			2						
		3. Реализация концепции маркетинга на предприятиях общественного питания	2								
		4. Ситуационная задача			2						
		5. Организация и проведение маркетинговых исследований на предприятиях общественного питания									
		6. Ситуационная задача			1						
		7.							10		
2. Разработка комплекса маркетинга.											
		1. Товарная политика предприятия	2								
		2. Ситуационная задача			1						
		3. Ценовая политика в комплексе маркетинга	2								

4. Ситуационная задача			2					
5. Формирование коммуникационной политики предприятий общественного питания	1							
6. Ситуационная задача			2					
7. Специфика рекламы продукции и услуг общественного питания	2							
8. Ситуационная задача			2					
9.							20	
3. Управление маркетингом на предприятиях общественного питания								
1. Организация маркетинга на предприятиях общественного	1							
2. Ситуационная задача			1					
3. Стратегическое планирование на предприятиях общественного питания	2							
4. Ситуационная задача			1					
5. Маркетинговый контроль на предприятии общественного питания	2							
6. Ситуационная задача			2					
7.							10	
Всего	16		16				40	

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