

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
«ТЮМЕНСКИЙ КОЛЛЕДЖ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»
(ГАПОУ ТО «ТКПСТ»)

Приложение №__
к ОПОП ППСЗ по специальности
43.02.01 Организация обслуживания
в общественном питании

СОГЛАСОВАНО
Президент Некоммерческого партнерства
«Ассоциация гостеприимства Тюменской области»
О.Ю. Михайлова
20 20 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УП.03 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.03 МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Рабочая программа УП.03.01 Учебная практика разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 07.05.2014 г. №465 (зарегистрирован в Минюст России от 11.06.2014 № 32672); Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы СПО, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2013г. № 291 (с изменениями и дополнениями от 2016 г., приказ Министерства образования и науки РФ от 18 августа 2016г. № 1061).

Организация-разработчик: ГАПОУ ТО «ТКПСТ»

Разработчик: Осташева Оксана Иннокентьевна, преподаватель первой квалификационной категории

РАССМОТРЕНО и ОДОБРЕНО
на заседании ПЦК «Сервис, биотехнологии,
экономика и управление»
Протокол №10 от 30.05.2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Общие положения программы учебной практики

Настоящая программа учебной практики по профессиональному модулю ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания является частью основной образовательной программы СПО по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании.

Программа практики обеспечивает подготовку специалистов среднего звена для освоения квалификации Менеджер и основного вида деятельности ВД.3 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

Областью профессиональной деятельности обучающихся является организация обслуживания в организациях общественного питания разных типов и классов.

1.2. Цели, задачи, планируемые результаты практики

Цель: формирование у обучающихся первичного практического опыта деятельности в рамках профессионального модуля.

Задачи практики: отработка умений, формирование первичного практического опыта.

Планируемые результаты практики:

– профессиональные компетенции:

Код и наименование профессиональной компетенции	Требования к умениям и практическому опыту
ПК 3.1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания.	Практический опыт: ПО.1 выявляет и анализирует потребности в продукции и услугах общественного питания; ПО.2 участвует в разработке комплекса маркетинга; ПО.3 определяет подкрепления продукции и услуг; ПО.4 участвует в маркетинговых исследованиях; Умения: У.1 проводить сегментацию рынка; У.2 участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, собирать и анализировать маркетинговую информацию; У.3 разрабатывать подкрепление продукции и услуг общественного питания; У.4 осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации; разрабатывать анкеты и опросные листы; составлять отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты; У.5 обосновывать целесообразность применения средств и методов маркетинга, выбирать и использовать наиболее рациональные из них,
ПК 3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт	Практический опыт: ПО.5 анализирует сбытовую и ценовую политики; ПО.6 консультирует потребителей; Умения: У.6 выявлять, анализировать и формировать спрос на услуги общественного питания; У.7 определять направления сбытовой и ценовой политики, обосновывать целесообразность их выбора; У.8 выбирать и применять маркетинговые коммуникации для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта; У.9 собирать и анализировать информацию о ценах;

	У.10 давать свои предложения при разработке маркетинговых мероприятий, направленных на совершенствование работы организации в области сбыта и ценообразования;
ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией.	Практический опыт: ПО.7 разрабатывает предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности; ПО.8 выявляет конкурентов организации общественного питания и определяет конкурентоспособность ее продукции и услуг; Умения: У.11 выбирать, определять и анализировать показатели конкурентоспособности (качество, цену), учитывать их при анализе конкурентных преимуществ, делать выводы о конкурентоспособности организации и услуг

– общие компетенции:

Код и наименование общих компетенций	Требования к умениям
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- проявлять интерес к будущей профессии.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбирать методы и способы решения профессиональных задач; - контролировать качество выполнения профессиональных задач.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- выбирать решения в учебной и профессиональной деятельности; - принимать ответственность за результаты
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- использовать и применять информацию для профессионального и личностного развития
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

1.3. Количество часов на освоение программы УП.03.01 Учебная практика:

Всего - 72 часа.

Форма промежуточной аттестации по практике: дифференцированный зачет.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Задание по практике	Виды работ	Количество часов	Планируемые результаты
Задание 1. Прохождение инструктажа по охране труда	<ul style="list-style-type: none"> - пройти инструктаж по охране труда; - пройти вводный инструктаж на рабочем месте; - изучить правила пожарной безопасности 	6	ПО.1, ПО.2, У.2
Задание 2. Участие в подготовке проведения маркетинговых исследования	<ul style="list-style-type: none"> - определить цель маркетинговых исследований; - определить задачи для выполнения маркетинговых исследований 	6	ПО.1, ПО.2, У.2
Задание 3. Определение тем для выполнения маркетингового исследования	<ul style="list-style-type: none"> - разработать анкеты и опросные листы для каждого маркетингового исследования; - проконсультировать потребителей 	6	ПО.1, ПО.2, У.1
Задание 4. Осуществление сбора и обработки маркетинговой информации	<ul style="list-style-type: none"> - осуществить сбор маркетинговой информации; - проконсультировать потребителей 	6	ПО.4, ПО.6, У.4, У.2
Задание 5. Выявление конкурентов организации общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> - осуществить обработку маркетинговой информации; - определить конкурентоспособность продукции и услуг; - сделать выводы по данному этапу маркетинговых исследований 	6	ПО.4,
Задание 6. Проведение анализа сбытовой и ценовой политики	<ul style="list-style-type: none"> - осуществить обработку маркетинговой информации; - определить сбытовую и ценовую политику предприятия; - сделать выводы по данному этапу маркетинговых исследований 	6	ПО.4, ПО.5, У.2
Задание 7. Выявление потребностей	<ul style="list-style-type: none"> - осуществить обработку маркетинговой информации 	6	ПО.4, У.2

посетителей в продукции и услугах общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> - определить потребность в продукции и услугах общественного питания; - сделать выводы по данному этапу маркетинговых исследований 		
Задание 8. Составление отчета по результатам маркетингового исследования	<ul style="list-style-type: none"> - составить отчет по результатам исследования; - интерпретировать результаты 	6	ПО.8, У.2
Задание 9. Определение и анализ показателей конкурентоспособности (качество, цена)	<ul style="list-style-type: none"> - определить показатели конкурентоспособности (качество, цена); - проанализировать конкурентные преимущества; - сделать вывод о конкурентоспособности организации 	6	ПО.8, У.11, У.9
Задание 10. Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - составить предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности 	6	ПО.7, У.10
Задание 11. Обоснование целесообразности применения средств и методов маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> - обосновать целесообразность применения средств и методов маркетинга, использовать наиболее рациональных из них; - проанализировать предложения маркетинговых мероприятий, направленных на совершенствование работы организации в области сбыта и ценообразования 	6	ПО.7, ПО.8, У.5, У.8, У.9
Задание 12. Оформление и защита отчета	<ul style="list-style-type: none"> - составить отчет по маркетинговым исследованиям; - сделать презентацию по маркетинговому исследованию; - подготовиться к защите отчета 	6	У.9, У.10
	ИТОГО	72	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы учебной практики обеспечена наличием банкетного зала.

Оборудование банкетного зала:

- рабочее место для каждого обучающегося;
- мебель;
- набор столовой посуды;
- набор столовых приборов;
- набор столового белья;
- предметы для декорирования зала, столов
- набор бланков технологической документации;
- технологическая документация предприятия, оборудования;

Технические средства обучения:

- компьютер;
- проектор;
- экран

3.2. Требования к реализации программы по практике

Организация и руководство практикой осуществляется в соответствии с Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы СПО, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2013 г. № 291 (с изменениями и дополнениями от 2016 г., приказ Министерства образования и науки РФ от 18 августа 2016г. № 1061).

Организацию и руководство учебной практикой осуществляют мастера производственного обучения, которые назначаются приказом. Обучающиеся предоставляют по результатам практики дневник по практике.

Итогом учебной практики является оценка профессиональных компетенций, практического опыта и умений в форме дифференцированного зачета.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Жабина С.Б., Бурдюгова О.М., Колесова А.В. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: учебник для студентов СПО/ С.Б. Жабина, О.М. Бурдюгова, А.В. Колесова. 3-е изд. Стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2017. – 336 с.

2. Фридман, А. М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга предприятия питания: Учебник / Фридман А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 229 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-104101-7. - Текст: электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/1007530>

Дополнительные источники:

1. Батраева, Э. А. Экономика предприятия общественного питания: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Э. А. Батраева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 390 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04578-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437478>

2. Жабина, С. Б. Маркетинг в организациях общественного питания: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 264 с. — (Профессиональное образование). — ISBN

978-5-534-05791-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441281>

Интернет-ресурсы:

1. Маркетинг в России и за рубежом [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru> (дата обращения 15.05.2020).

2. Новости маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.marketingnews.ru> (дата обращения 15.05.2020).

3. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.marketologi.ru/> (дата обращения 15.05.2020).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Процедура оценки результатов освоения общих и профессиональных компетенций

Процедура оценки результатов освоения профессиональных компетенций осуществляется по итогам выполненных видов работ.

Руководитель практики определяет обучающемуся задание на каждый день практики, контролирует его выполнение и выставляет текущую оценку за каждый день практики, за выполнение задания в целом или за каждый вид выполненной работы.

Руководитель практики осуществляет оценивание умений и практического опыта обучающегося.

Вывод о достаточном или недостаточном уровне сформированности ПК руководитель практики делает на основе оценок текущего контроля.

Учебная практика завершается дифференцированным зачетом.

Код и наименование ПК, требования к практическому опыту и умениям	Основные показатели оценки результата	Формы контроля
<p>ПК 3.1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания.</p> <p>ПО.1 выявляет и анализирует потребности в продукции и услугах общественного питания;</p> <p>ПО.2 участвует в разработке комплекса маркетинга;</p> <p>ПО.3 определяет подкрепления продукции и услуг;</p> <p>ПО.4 участвует в маркетинговых исследованиях;</p> <p>Умения:</p> <p>У.1 проводить сегментацию рынка;</p> <p>У.2 участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, собирать и анализировать маркетинговую информацию;</p> <p>У.3 разрабатывать подкрепление продукции и услуг общественного питания;</p> <p>У.4 осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации; разрабатывать анкеты и опросные листы; составлять отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты;</p> <p>У.5 обосновывать целесообразность применения</p>	<ul style="list-style-type: none"> • выявляет и анализирует потребности в продукции и услугах общественного питания; • участвует в разработке комплекса маркетинга; • участвует в маркетинговых исследованиях; • проводит сегментацию рынка; • собирает и анализирует маркетинговую информацию; • составляет отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты; • обосновывает целесообразность применения средств и методов маркетинга, • выбирает и использует наиболее рациональные из них 	<p>Текущий контроль:</p> <p>– наблюдение и оценка в процессе выполнения видов работ Заданий 2-7.</p> <p>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</p>

<p>средств и методов маркетинга, выбирать и использовать наиболее рациональные из них,</p>		
<p>ПК 3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт</p> <p>Практический опыт:</p> <p>ПО.5 анализа сбытовой и ценовой политики;</p> <p>ПО.6 консультирования потребителей;</p> <p>Умения:</p> <p>У.6 выявлять, анализировать и формировать спрос на услуги общественного питания;</p> <p>У.7 определять направления сбытовой и ценовой политики, обосновывать целесообразность их выбора;</p> <p>У.8 выбирать и применять маркетинговые коммуникации для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта;</p> <p>У.9 собирать и анализировать информацию о ценах;</p> <p>У.10 давать свои предложения при разработке маркетинговых мероприятий, направленных на совершенствование работы организации в области сбыта и ценообразования;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • анализирует сбытовую и ценовую политику; • консультирует потребителей; • выявляет, анализирует и формирует спрос на услуги общественного питания; • определяет направления сбытовой и ценовой политики, • обосновывает целесообразность их выбора; • выбирает и применяет маркетинговые коммуникации для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта; • собирает и анализирует информацию о ценах; • предлагает свои предложения при разработке маркетинговых мероприятий, направленных на совершенствование работы организации в области сбыта и ценообразования; 	<p>Текущий контроль:</p> <p>– наблюдение и оценка в процессе выполнения видов работ Заданий 3-6, 12.</p> <p>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</p>
<p>ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией.</p> <p>Практический опыт:</p> <p>ПО.7 разработки предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности;</p> <p>ПО.8 выявления конкурентов организации общественного питания и определения конкурентоспособности ее продукции и услуг;</p> <p>Умения:</p> <p>У.11 выбирать, определять и анализировать показатели</p>	<ul style="list-style-type: none"> • разрабатывает предложения по совершенствованию маркетинговой деятельности; • выявляет конкурентов организации общественного питания и определяет конкурентоспособность ее продукции и услуг • выбирает, определяет и анализирует показатели конкурентоспособности (качество, цену), учитывает их при анализе конкурентных преимуществ, • делает выводы о конкурентоспособности организации; 	<p>Текущий контроль:</p> <p>– наблюдение и оценка в процессе выполнения видов работ Заданий 8-11.</p> <p>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</p>

конкурентоспособности (качество, цену), учитывать их при анализе конкурентных преимуществ, делать выводы о конкурентоспособности организации и услуг		
--	--	--

Формы и методы контроля и оценки результатов учебной практики должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Код и наименование общей компетенции	Основные показатели оценки результата	Формы контроля
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- проявляет интерес к будущей профессии.	– наблюдение за выполнением заданий 1-12 в период прохождения учебной практики
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбирает методы и способы решения профессиональных задач; - качественно выполняет профессиональные задачи.	– наблюдение за выполнением заданий 1-12 в период прохождения учебной практики
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- выбирает решения в учебной и профессиональной деятельности; - принимает ответственность за результаты	– наблюдение за выполнением заданий 1-12 в период прохождения учебной практики
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- использует и применяет информацию для профессионального и личностного развития	– наблюдение за выполнением заданий 1-12 в период прохождения учебной практики
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– наблюдение за выполнением заданий 1-12 в период прохождения учебной практики