

**К ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ПРОГРАММЕ (ПРОГРАММЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ
СРЕДНЕГО ЗВЕНА)**

43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

**КИРОВСКОЕ ОБЛАСТНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
«ОРЛОВО-ВЯТСКИЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

СОГЛАСОВАНО
с работодателем

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора

_____ М.В. Русских

« » _____ 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 03. «МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ»
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ
43.02.01 ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Орлов, 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля
составлена на основе Федерального
государственного образовательного стандарта по
специальности среднего профессионального
образования 43.02.01
Организация обслуживания в общественном питании

Организация-разработчик: Кировское областное государственное профессиональное образовательное бюджетное учреждение «Орлово-Вятский сельскохозяйственный колледж».

Составитель:

Двинина О.Н. - преподаватель КОГПОБУ «Орлово-Вятский сельскохозяйственный колледж»

Техническая экспертиза: Щенникова Любовь Валентиновна, председатель ПЦК преподавателей «Сферы обслуживания» КОГПОБУ «ОВСХК»

Рабочая программа профессионального модуля «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании соответствует требованиям ФГОС, создана с учетом программы развития КОГПОБУ «Орлово-Вятский сельскохозяйственный колледж».

Рабочая программа раскрывает содержание знаний, умений, навыков, профессиональных и дополнительных компетенций по профессиональному модулю, логику изучения модуля с указанием последовательности междисциплинарных курсов, тем, вопросов и общего количества времени на их изучение. Объем содержания оптимален и соответствует объему учебного времени по профессиональному модулю, отведенному в учебном плане. Содержание дифференцировано с учетом уровневых планируемых результатов, выделены практические работы, учебные практики. По каждому междисциплинарному курсу представлены основные элементы содержания каждой темы. Количество часов, отведенное на изучение каждого МДК, тем, разделов соответствует развитию обучающихся и усвоению тем.

**Рассмотрено и рекомендовано ПЦК
преподавателей «Сферы обслуживания»
Протокол № 1 от 31.08.2022 г.**

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
(ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ)

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4. ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ) ПМ 03. «МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ»

1.1.Нормативно-правовое и методическое обеспечение разработки профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по СПЕЦИАЛЬНОСТИ 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; утвержденного приказом Минобрнауки России от 7 мая 2014 г. № 465;
- Основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании;
- Локальных актов Кировского областного государственного профессионального образовательного бюджетного учреждения «Орлово-Вятский сельскохозяйственный колледж».

1.2.Область применения рабочей программы профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания.

Рабочая программа предназначена для использования в учебном процессе очной и заочной формам обучения.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности – Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания и соответствующие ему профессиональные и дополнительные компетенции.

1.3.1. Перечень профессиональных компетенций

| Код | Наименование результата обучения |
|------------|--|
| 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. |
| ОК 01 | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |
| ОК 02 | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. |
| ОК 03 | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность |

| | |
|-------|--|
| ОК 04 | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| ОК 05 | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ОК 06 | Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. |
| ОК 07 | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. |
| ОК 08 | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации |
| ОК 09 | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности |
| ОК 10 | Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных правовых документов, а также требования стандартов и иных нормативных документов. |

Личностные результаты:

Федеральная составляющая (личностные результаты, определенные Федеральным законом от 29.12.2012 № 273 ФЗ «Об образовании в Российской Федерации») призвана сформировать у выпускника следующие личностные результаты:

| Личностные результаты реализации программы воспитания(дескрипторы) | Код личностных результатов реализации программы воспитания |
|---|--|
| Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию в течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа» | ЛР 4 |
| Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации | ЛР 6 |

| | |
|--|------|
| Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных склонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде | ЛР 9 |
|--|------|

Отраслевая составляющая (личностные результаты, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам) призвана сформировать у выпускника следующие личностные результаты:

| Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы) | Код личностных результатов реализации программы воспитания |
|--|---|
| Демонстрирующий готовность и способность вести с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности | ЛР 19 |
| Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности | ЛР 20 |
| Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем | ЛР 21 |

Составляющая ПОО (личностные результаты, определенные субъектами образовательного процесса) призвана сформировать у выпускника следующие личностные результаты:

| Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы) | Код личностных результатов реализации программы воспитания |
|--|---|
| Обладающий ценностно-смысловыми установками, формируемыми средствами различных учебных дисциплин и профессиональных модулей в рамках системы профессионального образования | ЛР 23 |

Профильная составляющая (личностные результаты, определенные ключевыми работодателями) призвана сформировать у выпускника следующие личностные результаты:

| Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы) | Код личностных результатов реализации программы воспитания |
|---|---|
| Способный к развитию умений выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | ЛР 24 |

В результате освоения профессионального модуля студент должен:

| | |
|--------------------------------|--|
| Иметь практический опыт | <ul style="list-style-type: none">- 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;- консультирования потребителей;- разработки предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности;- выявления конкурентов организации общественного питания и определения конкурентоспособности ее продукции и услуг;- участия в маркетинговых исследованиях; |
| уметь | <ul style="list-style-type: none">- 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 отчет 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; |
| знания | <ul style="list-style-type: none">- 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. |

1.4. Место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы:

– Профессиональный модуль «**Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания**» является частью профессионального цикла образовательной программы

Общая трудоемкость профессионального модуля: 147 час,
в том числе:

на освоение МДК 03.01- 75 час

Учебная практика 72 часа.

Общеобразовательная часть программы включает: 147 час.

2. СТРУКТУРА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 03 «МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ» (ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ СПО 43.02.01 ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ)

2.1. Структура профессионального модуля - очная форма обучения

| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Объем образовательной программы | Объем образовательной программы, час | | | | | Практика | | Методы текущего контроля |
|-----------------------------------|---|---------------------------------|---|--|--|-------------------------------------|---|---------------|------------------|---|
| | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Учебная часов | Производственная | |
| | | | Всего, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч. курсовая работа (проект), часов | Всего, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| ПК 3.1 – 3.3 – | МДК 03.01 Маркетинг в организациях общественного питания | 75 | 50 | 28 | | 25 | | | | Опрос, Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| ПК 3.1. -3.3 | Учебная практика | 72 | | | | | | | | Защита практики |
| | Всего: | 147 | 50 | 28 | | 25 | | | | |

2.2. Структура профессионального модуля - заочная форма обучения

| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Объем образовательной программы | Объем образовательной программы, час | | | | | Практика | | Методы текущего контроля |
|-----------------------------------|---|---------------------------------|---|--|--|-------------------------------------|---|---------------|------------------|---|
| | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Учебная часов | Производственная | |
| | | | Всего, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч. курсовая работа (проект), часов | Всего, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| ПК 3.1 – 3.3 | МДК 03.01 Маркетинг в организациях общественного питания | 75 | 20 | 6 | | 55 | | | | Опрос, Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| ПК 3.1. -3.3 | Учебная практика | 72 | | | | | | | | Защита практики |
| | Всего: | 147 | 20 | 6 | | 55 | | | | |

2.3. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ 03 «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» - очная форма обучения

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрено) | Объем часов | Осваиваемые элементы компетенций | Уровень освоения | Методы текущего контроля |
|---|---|-------------|---|------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| МДК 03.01. Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания | | | | | |
| Тема 1. Введение. Понятие и сущность маркетинга | Содержание 1.Маркетинг как экономическая категория. Определение маркетинга. | 2 | ОК-1; ОК-4; ЛР -6; ЛР-20; ПК 3,1 –3.3 | 1 | Опрос, Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | 2.Цели и задачи маркетинга. Основные сферы применения маркетинга. | | | | |
| Тема 2. Окружающая среда маркетинга. | Содержание Основные элементы окружающей среды фирмы. Маркетинг как сфера деятельности фирмы. Основные элементы окружающей среды фирмы. Маркетинг как сфера деятельности фирмы. | 2 | ОК-1; ОК-2 ЛР -6; ЛР-20; ПК 3,1 – 3.3 | 2 | Опрос, Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Практические занятия Решение задач на описание состояния макро и микросферы предложенного предприятия; выбор элементов, способствующих и препятствующих развитию маркетинга в России. | | | | |

| | | | | | |
|--|--|---|---|-----|--|
| | Решение ситуационных задач на примере предложенного кейса по характеристике маркетинговой среды рынка товара, определение факторов, определяющих тенденции развития данного рынка, оказывающих положительное и отрицательное влияние на деятельность компаний. Оценка ситуации на рынке предложенного товара в регионе. | | | | |
| Тема 3. Рынки и рыночные показатели | Содержание Понятие рынка, его виды и принципы функционирования. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Показатели конъюнктуры. Прогнозирование конъюнктуры рынка. | 2 | ОК-2; ОК-3; ОК-6; ЛР-19; ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Практические занятия Решение ситуационных задач на примере предложенного кейса по оценке маркетинговых исследований на рынке определенного товара. Решение ситуационных задач на примере предложенного кейса по изучению методов сбора маркетинговой информации на основе анализа внутренней отчетности и документов. | 2 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема 4. Сегментация рынка | Содержание Основные принципы сегментации потребительского рынка. Особенности сегментации рынка товаров | 2 | ОК-2; ОК-4; ЛР -6; ЛР-24; ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |

| | | | | | |
|--|---|---|---|-----|--|
| | промышленного назначения. | | | | |
| | Практические занятия | | | | |
| | Решение ситуационных задач на примере предложенных ситуации. | 2 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема 5. Маркетинговые исследования рынка | Содержание | | ОК-2; ОК-4; ОК-9; ОК-7; ЛР -6; ЛР-24; ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Маркетинговые исследования. Особенности маркетинговых исследований. Маркетинговая информация. Классификация маркетинговой информации. Методы маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований. | 2 | | | |
| | Практические занятия | | | | |
| | Составление анкет. Проведение исследований на основе анкеты. | 4 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема 6. Поведение покупателей на рынке | Содержание | | ОК-2; ОК-3; ОК-6; ЛР-19; ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. Рынок предприятий. Поведение потребителей промышленных товаров. | 2 | | | |
| | Практические занятия | | | | |
| | Решение ситуационных задач. | 4 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема 7. Основы товарной политики и планирования продукции | Содержание | | ОК-2; ОК-3; ОК-6; ЛР-9; ЛР-19; ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров. Методы создания новых товаров. Структура ассортимента продукции. Использование товарных марок и упаковок. Жизненный цикл товара. | 2 | | | |
| | Практические занятия | | | | |
| | | 4 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за |

| | | | | | |
|---|--|---|---|-----|--|
| | Решение ситуационных задач. | | | | выполнением практической работы |
| Тема 8. Услуги общественного питания | Содержание | 2 | ОК-1; ОК -10; ЛР – 20, ЛР-21; ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Основные понятия. Классификация услуг. Сфера применения. Особенности поведения потребителей услуг ОП. Требования к качеству услуг ОП. Методы выявления потребностей в услугах общественного питания. Особенности маркетинговых мероприятий ОП. | | | | |
| Тема 9. Конкуренция и конкуренты | Содержание | 2 | ОК-2; ОК-3; ОК-7; ЛР -6; ЛР-24; ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Понятие и виды конкуренции. Стратегии конкурентов. Конкурентоспособность товаров и предприятия. Моделирование показателей конкурентоспособности. | | | | |
| | Практические занятия | 4 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема10. Планирование товародвижения. Продвижение товаров | Содержание | 2 | ОК-3; ОК-5; ОК-10; ЛР-6; ЛР-24; ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Основные методы распространения товаров. Каналы распределения. Коммуникации в маркетинге. Рекламная деятельность. Стимулирование сбыта. Личная продажа. Пиар и пропаганда. | | | | |
| | Практические занятия | 2 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| | Практическое занятие по решению задач на определение типа рекламы, на оценку цели и | | | | |

| | | | | | |
|---|--|----------|--|------------|---|
| | <p>рекламной стратегии предложенной компании.</p> <p>Практическое занятие по решению ситуационных задач на примере предложенного кейса по формулированию цели рекламы, определению рекламной стратегии, составлению рекламного текста и предложению средств рекламы.</p> | | | | |
| <p>Тема 11. Стратегическое маркетинговое планирование и контроль</p> | <p>Содержание</p> <p>Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора.</p> <p>Стратегическое планирование. Понятие. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики, контроль за выполнением. Краткая характеристика основных этапов. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью.</p> <p>Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа. (Результаты стратегического планирования).</p> | <p>2</p> | <p>ОК-2; ОК-4; ОК-8; ЛР -6; ЛР-24; ПК 3,1 – 3.3</p> | <p>1</p> | <p>Тестовые задания, Дифференцированные задания</p> |
| | <p>Практические занятия</p> <p>Практическое занятие по решению ситуационных задач на примере предложенного кейса по определению видов используемых страте-</p> | <p>2</p> | | <p>2,3</p> | <p>Опрос, наблюдение за выполнением практической работы</p> |

| | | | | | |
|---|------|----|--|--|--|
| | Гий. | | | | |
| <p>Примерная тематика домашних заданий</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сообщение-презентация на тему «Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России в сфере услуг общественного питания» 2. Сообщение-презентация на тему «Этапы развития маркетинга» 3. Составление диаграмм «Анализ состояния рынка в регионе по соответствующим видам товаров» 4. Оценка потенциальной емкости регионального рынка по соответствующим видам товаров (письменно) 5. Выбор маркетинговых мероприятий (письменно) 6. Расчет затрат по товародвижению (письменно) 7. Расчет отпускной цены (письменно) 8. Расчет объемов сбыта (письменно) 9. Расчет размеров прибыли (письменно) 10. Разработка анкет по конкретной проблеме (письменно) | | | | | |
| <p>Учебная практика</p> <p>Виды работ:</p> <p>изучение ассортимента продукции и услуг общественного питания</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявление потребностей в продукции и услугах общественного питания (проведение опросов потребителей и анализ его результатов) - анализ поведения покупателей при совершении покупок - проведение сегментации рынка продукции и услуг общественного питания - сбор и обработка маркетинговой информации на рынке продукции и услуг общественного питания - проведение маркетинговых исследований на рынке продукции и услуг общественного питания - сбор и анализ информации о ценах на рынке продукции и услуг общественного питания | | 72 | | | |

| | | | | |
|---|------------|--|--|--|
| - изучение ценовой и сбытовой политики предприятий общественного питания - выбор и применение маркетинговых коммуникаций предприятиями общественного питания (изучение методов стимулирования продажи продукции и услуг общественного питания) - определение конкурентоспособности предприятий общественного питания; анализ их конкурентных преимуществ. | | | | |
| Всего: | 147 | | | |

**2.4. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ 03 «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания»
-заочная форма обучения**

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрено) | Объем часов | Осваиваемые элементы компетенций | Уровень освоения | Методы текущего контроля |
|---|---|-------------|---|------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| МДК 03.01. Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания | | | | | |
| Тема 1. Введение. Понятие и сущность маркетинга | Содержание (самостоятельно) | 2 | ОК-1; ОК-4; ЛР -6; ЛР-20; ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Опрос, Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | 1.Маркетинг как экономическая категория. Определение маркетинга. | | | | |
| | 2.Цели и задачи маркетинга. Основные сферы применения маркетинга. | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|-----|---|
| Тема 2. Окружающая среда маркетинга. | Содержание (самостоятельно) | 2 | ОК-2; ОК-4; ОК-8; ЛР-4; ЛР-6; ЛР-24 ПК 3,1 – 3.3 | 2 | Опрос, Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Основные элементы окружающей среды фирмы. Маркетинг как сфера деятельности фирмы. Основные элементы окружающей среды фирмы. Маркетинг как сфера деятельности фирмы. | 2 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема 3. Рынки и рыночные показатели | Практические занятия | 2 | ОК-2; ОК-4; ОК-8; ЛР-4; ЛР-6; ЛР-24 ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Решение задач на описание состояния макро и микросферы предложенного предприятия; выбор элементов, способствующих и препятствующих развитию маркетинга в России. Решение ситуационных задач на примере предложенного кейса по характеристике маркетинговой среды рынка товара, определение факторов, определяющих тенденции развития данного рынка, оказывающих положительное и отрицательное влияние на деятельность компаний. Оценка ситуации на рынке предложенного товара в регионе. | | | | |
| | Содержание | 2 | ОК-2; ОК-4; ОК-8; ЛР-4; ЛР-6; ЛР-24 ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Понятие рынка, его виды и принципы функционирования. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. | | | | |

| | | | | | |
|--|--|---|--|-----|--|
| | Показатели конъюнктуры. Прогнозирование конъюнктуры рынка. | | | | |
| | Практические занятия Решение ситуационных задач на примере предложенного кейса по оценке маркетинговых исследований на рынке определенного товара. Решение ситуационных задач на примере предложенного кейса по изучению методов сбора маркетинговой информации на основе анализа внутренней отчетности и документов. | 2 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема 4. Сегментация рынка | Содержание Основные принципы сегментации потребительского рынка. Особенности сегментации рынка товаров промышленного назначения. | 2 | ОК-2; ОК-4; ОК-8; ЛР-4; ЛР-6; ЛР-24 ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Практические занятия (самостоятельно) Решение ситуационных задач на примере предложенных ситуаций. | 2 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема .5. Маркетинговые исследования рынка | Содержание Маркетинговые исследования. Особенности маркетинговых исследований. Маркетинговая информация. Классификация маркетинговой информации. Методы маркетинговых исследований. Организация маркетинговых исследований. | 2 | ОК-2; ОК-5; ОК-7; ЛР -20; ЛР-24 ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Практические занятия Составление анкет. Проведение исследований на основе анкеты. | 4 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема 6. | Содержание | 2 | ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, |

| | | | | | |
|--|--|----------|---|------------|--|
| Поведение покупателей на рынке | Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. Рынок предприятий. Поведение потребителей промышленных товаров. | | | | Дифференцированные задания |
| | Практические занятия (самостоятельно) Решение ситуационных задач. | 4 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема 7. Основы товарной политики и планирования продукции | Содержание Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров. Методы создания новых товаров. Структура ассортимента продукции. Использование товарных марок и упаковок. Жизненный цикл товара. | 2 | ОК-2; ОК-4; ОК-8; ЛР-6; ЛР-9; ЛР-24 ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Практические занятия (самостоятельно) Решение ситуационных задач. | 4 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| Тема 8. Услуги общественного питания | Содержание (самостоятельно) Основные понятия. Классификация услуг. Сфера применения. Особенности поведения потребителей услуг ОП. Требования к качеству услуг ОП. Методы выявления потребностей в услугах общественного питания. Особенности маркетинговых мероприятий ОП. | 2 | ОК-2; ОК-4; ОК-8; ЛР-6; ЛР-9; ЛР-24 ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | | | | | |
| Тема 9. Конкуренция и конкуренты | Содержание Понятие и виды конкуренции. Стратегии конкурентов. Конкурентоспособность товаров и предприятия. Моделирование показателей конкуренто- | 2 | ОК-2; ОК-3; ОК-9; ОК-10; ЛР-6 ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |

| | | | | | |
|--|--|----------|--|------------|--|
| | способности. | | | | |
| | Практические занятия | 2 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| | Решение ситуационных задач (определение конкурентной стратегии, характеристика конкурентной стратегии). | | | | |
| Тема 10. Планирование товародвижения. Продвижение товаров | Содержание | 2 | | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Основные методы распространения товаров. Каналы распределения. Коммуникации в маркетинге. Рекламная деятельность. Стимулирование сбыта. Личная продажа. Пиар и пропаганда. | | | | |
| | Практические занятия (самостоятельно) | 6 | ОК-2; ОК-3; ОК-9; ОК-10; ЛР-6 ПК 3,1 – 3.3 | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| | Практическое занятие по решению задач на определение типа рекламы, на оценку цели и рекламной стратегии предложенной компании. Практическое занятие по решению ситуационных задач на примере предложенного кейса по формулированию цели рекламы, определению рекламной стратегии, составлению рекламного текста и предложению средств рекламы. | | | | |
| Тема 11. Стратегическое маркетинговое планирование и контроль | Содержание (самостоятельно) | 2 | ОК-2; ОК-3; ОК-9; ОК-10; ЛР-6; ЛР-24 ПК 3,1 – 3.3 | 1 | Тестовые задания, Дифференцированные задания |
| | Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование. Понятие. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фир- | | | | |

| | | | | | |
|--|--|----|--|-----|--|
| | <p>мы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики, контроль за выполнением. Краткая характеристика основных этапов. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью.</p> <p>Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа. (Результаты стратегического планирования).</p> | | | | |
| | <p>Практические занятия (самостоятельно)</p> <p>Практическое занятие по решению ситуационных задач на примере предложенного кейса по определению видов используемых стратегий.</p> | 2 | | 2,3 | Опрос, наблюдение за выполнением практической работы |
| <p>Самостоятельная работа при изучении ПМ 03.01.</p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по вопросам составленным преподавателем).</p> <p>Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> | | 25 | | 3 | Доклад, презентация, сообщения |
| <p>Примерная тематика домашних заданий</p> <p>Сообщение-презентация на тему «Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России в сфере услуг общественного питания»</p> <p>2. Сообщение-презентация на тему «Этапы развития маркетинга»</p> <p>3. Составление диаграмм «Анализ состояния рынка в регионе по соответствующим видам товаров»</p> <p>4. Оценка потенциальной емкости регионального рынка по соответ-</p> | | | | | |

| | | | | |
|--|-----|--|--|--|
| <p>ствующим видам товаров (письменно)</p> <p>5. Выбор маркетинговых мероприятий (письменно)</p> <p>6. Расчет затрат по товародвижению (письменно)</p> <p>7. Расчет отпускной цены (письменно)</p> <p>8. Расчет объемов сбыта (письменно)</p> <p>9. Расчет размеров прибыли (письменно)</p> <p>10. Разработка анкет по конкретной проблеме (письменно)</p> | | | | |
| <p>Учебная практика</p> <p>Виды работ:</p> <p>изучение ассортимента продукции и услуг общественного питания</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявление потребностей в продукции и услугах общественного питания (проведение опросов потребителей и анализ его результатов) - анализ поведения покупателей при совершении покупок - проведение сегментации рынка продукции и услуг общественного питания - сбор и обработка маркетинговой информации на рынке продукции и услуг общественного питания - проведение маркетинговых исследований на рынке продукции и услуг общественного питания - сбор и анализ информации о ценах на рынке продукции и услуг общественного питания - изучение ценовой и сбытовой политики предприятий общественного питания - выбор и применение маркетинговых коммуникаций предприятиями общественного питания (изучение методов стимулирования продажи продукции и услуг общественного питания) - определение конкурентоспособности предприятий общественного питания, анализ их конкурентных преимуществ. | 72 | | | |
| <p>Всего:</p> | 147 | | | |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Общие требования к организации образовательного процесса

- соответствие ФГОС СПО специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании и учебным планам;
- соответствие принципам и нормам дидактики и педагогики среднего профессионального образования;
- применение в преподавании профессионального модуля и отражение в УМК инновационных методов и технологий;
- соответствие составу, содержанию и характеру междисциплинарных связей профессионального модуля и дисциплин предшествующих, последующих и изучаемых параллельно;
- обеспечение всех видов занятий и заданий, предусмотренных рабочей программой профессионального модуля, всеми необходимыми методическими, информационными и другими материалами, позволяющими изучить модуль в отведенное учебным планом время;
- соответствие особенностям индивидуального преподавательского стиля ведущего преподавателя.

Освоение обучающимися профессионального модуля должно проходить в условиях созданной образовательной среды в учебном заведении. Изучение таких дисциплин и профессиональных модулей как: «Основы проектной деятельности», «Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности», «Техническое оснащение организаций общественного питания, и охрана труда питания», ПМ 01 «Организация питания в организациях общественного питания», ПМ 02 «Организация обслуживания в организациях общественного питания», должно предшествовать освоению данного модуля или изучается параллельно.

Учебная практика проводится в учебных лабораториях, компьютерных лабораториях со специализированным программным обеспечением и учебных кабинетах образовательного учреждения. Учебную практику рекомендуется проводить концентрировано после изучения учебного модуля. По итогам учебной практики проводится сдача зачета в форме защиты и презентации разработанного проекта.

3.2. Образовательные технологии

При реализации профессионального модуля используются следующие образовательные технологии:

1. Личностно-ориентированная технология.

Личностно-ориентированные технологии ставят в центр образовательной системы личность студента, обеспечение комфортных, бесконфликтных и безопасных условий ее развития, реализации ее природного потенциала. Личностно-ориентированные технологии имеют целью разностороннее, свободное и творческое развитие студента как субъекта деятельности.

2. Системно - деятельностный подход - организация учебного процесса, в котором главное место отводится активной и разносторонней, в максимальной степени самостоятельной познавательной деятельности обучающегося. Одной из главных задач педагога является организация учебной деятельности таким образом, чтобы у учащихся сформировались потребности и способности в осуществлении творческого преобразования учебного материала с целью овладения новыми знаниями в результате собственного поиска.

3. Проблемное обучение – это система проблемных ситуаций, в ходе решения, которых обучающийся овладевает содержанием предмета. Формами решения проблемных ситуаций могут быть: проблемные задачи и задания, проблемная лекция, задачи исследовательского характера, дискуссии, работа с историческими документами, текстами с проблемной направленностью.

Основная цель данной технологии заключается в создании проблемных ситуаций, в осознании, принятии и разрешении этих ситуаций в ходе совместной деятельности обучающихся и преподавателя.

4. Информационно-коммуникативные технологии (ИКТ) – это система технологий обучения, основанная на организации процесса обучения и усвоения знаний с применением средств информационных технологий и компьютерных коммуникаций. Под информационными технологиями понимаются процессы накопления, обработки, представления и использования информации с помощью электронных средств.

5. Технология коллективного способа обучения (КСО) – такая форма обучения, при которой все участники работают друг с другом в парах и состав пар периодически меняется. Виды работ в отдельно взятой паре: обсуждение чего-либо, совместное изучение нового материала, обучение друг друга, тренировка, проверка.

6. Метод проектов - предполагает совокупность приемов, действий, обучающихся для достижения поставленной задачи – решения проблемы. Работая над проектом, обучающиеся получают возможность самостоятельно работать, приобретать и расширять полученные знания в процессе практической деятельности.

Метод проектов позволяет интегрировать различные виды деятельности, делая процесс обучения более увлекательным, более эффективным. Благодаря использованию метода проектов развиваются умения: анализа ситуации; поиска и отбора необходимой информации; моделирования ситуации; рассмотрения стратегий и вариантов действий; принятия решений; выбора стратегии поведения; коммуникативных навыков; проведения социологических исследований; умения работать с источниками. В рамках данной технологии так же оформляется отношение к ценностям: ответственного принятия решений; терпимости; компромиссу; активного участия в общественной жизни; сознательному отношению к процессам, протекающим в обществе; стремлению к образованию и самообразованию; готовности к улучшению общественной жизни.

3.3. Материально-техническое обеспечение профессионального модуля:

Кабинеты:

- маркетинга;

Лабораторий:

- информационно-коммуникационных технологий;

Залы:

- библиотека: читальный зал с выходом в сеть Интернет; актовый зал.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинет:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- ПК, экран, проектор, магнитная доска;
- комплект учебно-методической документации: плакаты, схемы, графики, диаграммы и др.
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (образцы договоров и т.д.).

Технические средства обучения:

- компьютеры, принтер, сканер, модем (спутниковая система), проектор, плоттер, программное обеспечение общего и профессионального назначения.

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную практику.

3.4. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.4.1. Печатные издания:

Федеральные законы:

1. "О защите прав потребителей", ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями.
2. "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара" от 23.09.92.
3. "Об информации, информатизации и защите информации", ФЗ-24 от 20.02.95.
4. "О рекламе", ФЗ-108 от 18.07.95.

Основные источники:

1. Басовский Л.Е. Маркетинг: Учебное пособие – М.: Инфра-М., 2001.
2. Барышев А.Ф. Маркетинг: Учебник – 3-е изд., М.: Издательский центр «Академия», 2005.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2001.
4. Лукина А.В. Маркетинг. – М.: ФОРУМ: 2008.

Дополнительные источники:

1. Антипов К.В. Паблик рилейшнз: Учебное пособие – М.: Издательский Дом "Дашков и Ко", 2001. – 148 с.
2. Ващекин Н.П. и др. Маркетинг: Учебник для вузов. – М.: 1999.
3. Годин А.М. Маркетинг. – М.: ИД «Дашков и Ко», 2002
4. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования рынка. – М.: Финпресс, 1998.
5. Дж.Р.Эванс, Б.Берман, Е.Дихтль, Х.Хершген. Основы маркетинга. (Реферат-дайджест. Составители С.Н.Ениколопов, Ю.А.Аванесов). – М.: – Люке-арт, 1996. – 392 с.
6. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2000 – 285 с.
7. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2001.
8. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг – М.: Юрайт, 2001.
9. Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг. – М.: Деловая литература, 2001. – 448 с.
10. Панкратов Ф.Г. и др. Рекламная деятельность: Учебник. – М.: Маркетинг, 2001 – 364 с.
11. Предприятия: стратегия, структура, положение об отделах и службах: должностные инструкции. – М.: Экономика, Норма, 1997. – 525 с.
12. Современный маркетинг/Под ред. В.Е.Хруцкого. – М.: Финансы и статистика, 1998 – 256 с.
13. Серегина Т.К., Титкова Л.М. Реклама в бизнесе/ Учебное пособие. – М.: Маркетинг, 1996.
14. Эванс Д., Берман Б. Маркетинг. – М.: Экономика, 1990 – 350 с.
15. Журналы «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Современная торговля», «Российская торговля», «Питание и общество», «Гастроном»

3.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания» и специальности «Организация обслуживания в общественном питании».

Обучение по модулю осуществляют преподаватели квалификация которых соответствует требованиям ФГОС.

К педагогической деятельности могут привлекаться ведущие специалисты профильных организаций.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
|---|--|--|
| ПК 3.1 Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания | <ul style="list-style-type: none"> -составление анкет и опросных листов -проведение опросов и анкетирования, составление отчета для выявления потребностей в продукции и услугах общественного питания -выполнение сегментации рынка для успешной реализации продукции. | <ul style="list-style-type: none"> - наблюдение за деятельностью обучающегося -Экспертная оценка выполнения практического задания. |
| ПК 3.2 Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт. | <ul style="list-style-type: none"> - сбор и обработка маркетинговой информации для совершенствования планирования и претворения в жизнь маркетинговых мероприятий; -выполнение маркетинговых исследований рынка для построения прогнозов развития предприятия в будущем; - сбор и анализ информации о ценах, определение сбытовой и ценовой политики для совершенствования работы организации; -выбор и применение маркетинговых коммуникаций для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта; -выбор средств и методов маркетинга, разработка маркетинговых мероприятий для совершенствования работы организации | <ul style="list-style-type: none"> наблюдение за деятельностью обучающегося -Экспертная оценка выполнения практического задания. |
| ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией | <ul style="list-style-type: none"> выбор, определение и анализ показателей конкурентоспособности для оценки конкурентных преимуществ; - изложение вывода о конкурентоспособности организации. | <ul style="list-style-type: none"> - наблюдение за деятельностью обучающегося -Экспертная оценка выполнения практического задания. |

| | | |
|--|---|--|
| <p>ОК 01.Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> | <p>обоснование выбора профессии;</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в мероприятиях профессиональной направленности; -проектирование индивидуальной траектории профессионального развития | <p>Эссе Портфолио Презентации Сертификат, свидетельство, диплом</p> |
| <p>ОК 02.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> | <p>определение задач деятельности с учетом поставленных целей и способов их достижений;</p> <ul style="list-style-type: none"> - структурирование задач деятельности; - обоснование выбора методов и способов выполнения профессиональных задач; - осуществление оценки эффективности деятельности; - осуществление контроля качества деятельности | <p>Интерпретация результатов деятельности студента в процессе освоения ПМ, выполнения практических занятий, УП.</p> |
| <p>ОК 03.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - владение алгоритмом анализа рабочей ситуации; - выбор способов и средств осуществления деятельности с учетом определенных факторов; - выбор адекватных ситуациям методов и средств контроля, оценки и коррекции собственной деятельности; - проведение контроля, оценки и коррекции собственной деятельности; -выполнение функциональных обязанностей в рамках заданной рабочей ситуации. | <p>Интерпретация результатов деятельности обучающегося в процессе освоения ПМ, выполнения практических занятий, учебной практики.</p> |
| <p>ОК 04.Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p> | <p>Поиск необходимой информации для эффективного выполнения профессиональных задач</p> | <p>Проверка правильности решения проблем.</p> |
| <p>ОК 05.Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - владение персональным компьютером; - использование программного обеспечения в решении профессиональных задач; - применение мультимедиа в профессиональной деятельности; | <p>владение персональным компьютером;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использование программного обеспечения в решении профессиональных задач; - применение мультимедиа в профессиональной дея- |

| | | |
|---|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - владение технологией работы с различными источниками информации; - осуществление анализа и оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий (электронно-методические комплексы, Интернет-ресурсы, электронные носители и т.д.) | <p>тельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> -владение технологией работы с различными источниками информации; - осуществление анализа и оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий (электронно-методические комплексы, Интернет-ресурсы, электронные носители и т.д.) |
| ОК 06. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | <p>осуществление взаимодействия с коллегами в процессе решения задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> -проявление коллективизма; -владение технологией эффективного общения (моделирование, организация общения, управление общением, рефлексия общения) с коллегами, руководством, потребителями. | <p>Экспертное наблюдение в ходе освоения ПМ. Тестирование.</p> <p>Экспертное наблюдение в ходе формализованных образовательных ситуаций</p> |
| ОК 07.Брать на себя ответственность работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | <p>осуществление соотнесения результатов выполненных заданий со стандартизованными нормами;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнение управленческих функций; - выполнение должностных обязанностей в рамках изучаемой специальности. | <p>Экспертное наблюдение в ходе освоения ОПОП Экспертное наблюдение в ходе формализованных образовательных ситуаций</p> |
| ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | <ul style="list-style-type: none"> - выявление трудностей при решении профессиональных задач и проблем личностного развития; - определение направлений самообразования; - организация самообразования (повышение квалификации) в соответствии с выбранными направлениями; - осознанное планирование повышения квалификационного уровня; - осуществление выбора форм и методов профессиональной переподготовки и повышения образования | <ul style="list-style-type: none"> - выявление трудностей при решении профессиональных задач и проблем личностного развития; - определение направлений самообразования; - организация самообразования (повышение квалификации) в соответствии с выбранными направлениями; - осознанное планирование повышения квалификационного уровня; - осуществление выбора форм и методов профессиональной переподготовки и повышения образования. |

| | | |
|--|--|---|
| ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности | Анализ новых технологий в области технологических процессов по организации обслуживания | Устный текущий контроль. Наблюдение. |
| ОК 10. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативно-правовых документов, а также требования стандартов и иных нормативных документов. | Грамотное соблюдение действующее законодательство и обязательных требований нормативных документов | экспертное наблюдение и оценка в процессе выполнения: - практических/ лабораторных занятий; - заданий по самостоятельной работе |