



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «СамГТУ»)
Филиал ФГБОУ ВО «СамГТУ» в г. Белебее Республики Башкортостан



УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала ФГБОУ ВО «СамГТУ»
в Белебее Республики Башкортостан

Л.М. Инаходова

03 июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.01.05 «Стратегия развития и продвижения новых продуктов общественного питания»

Код и направление подготовки (специальность)	19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
Направленность (профиль)	Технология производства продуктов и организация общественного питания
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Заочная
Год начала подготовки	2021
Выпускающая кафедра	Строительство
Кафедра-разработчик	Строительство
Объем дисциплины, ч. / з.е.	108 / 3
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Зачет с оценкой

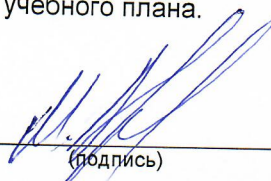
Белебей 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (далее – РПД) разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания», утвержденного приказом министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 17.08.2020 № 1047, и соответствующего учебного плана.

Разработчик РПД:

доцент, доцент, к.т.н.

(должность, степень, ученое звание)



(подпись)

М.С. Воронина

(ФИО)

РПД рассмотрена и одобрена на заседании кафедры 03 июня 2021 г., протокол № 5.

Заведующий кафедрой

к.т.н., доцент

(степень, ученое звание, подпись)



А.А. Цынаева

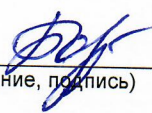
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы

к.т.н., доцент

(степень, ученое звание, подпись)



А.В. Борисова

(ФИО)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	3
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	3
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	4
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	4
4.1. Содержание лекционных занятий	4
4.2. Содержание лабораторных занятий	4
4.3. Содержание практических занятий	5
4.4. Содержание самостоятельной работы	5
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	5
6. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	6
7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения	7
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем	7
9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	7
10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)	7
Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
Приложение 2. Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины (модуля)	
Приложение 3. Аннотация рабочей программы дисциплины	

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программ

Универсальные компетенции

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
не предусмотрены учебным планом				

Общепрофессиональные компетенции

Таблица 2

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
не предусмотрены учебным планом			

Профессиональные компетенции

Таблица 3

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2	Способен организовать полный цикл изготовления кулинарной продукции, с соблюдением международных стандартов обеспечения качества продукции и услуг общественного питания	ПК-2.4 Способен разрабатывать и применять стратегию развития и продвижения новых продуктов общественного питания	З1 ПК-2.4 Знать: технологии маркетинговых исследований и формы адаптации производства зарубежных продуктов питания У1 ПК-2.4 Уметь: анализировать окружающую среду маркетинга и ценовую политику на предприятиях общественного питания; проводить маркетинговые исследования на предприятиях общественного питания, собирать и анализировать маркетинговую информацию В1 ПК-2.4 Владеть: методами развития рынка товаров, структурой маркетинговой деятельности; целями, задачами, функциями, классификацией маркетинга на предприятиях общественного питания

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Место дисциплины в структуре образовательной программы: часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Таблица 4

Код компетенции	Предшествующие дисциплины	Параллельно осваиваемые дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-2	Химия цвета, вкуса и аромата продуктов общественного питания; Физико-химические основы технологии продуктов общественного питания; Инновационная экономика и технологическое предпринимательство; Безопасность продуктов общественного питания; Санитария и гигиена на предприятиях общественного питания; Товароведение и экспертиза продуктов общественного питания; Учебная практика: проектная практика; Органолептический анализ	Технологическое оборудование предприятий общественного питания	Проектирование предприятий общественного питания; НАССР в общественном питании; Сервис и персонал в общественном питании; Производственная практика: преддипломная практика

	продуктов общественного питания; Практико-ориентированный проект; Упаковочные материалы в общественном питании; Упаковка продуктов общественного питания; Контроль качества продуктов общественного питания		
--	---	--	--

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Таблица 5

Вид учебной работы	Всего часов	Курс 4
Аудиторная контактная работа (всего), в том числе:	14	14
лекционные занятия (ЛЗ)	2	2
лабораторные работы (ЛР)	12	12
практические занятия (ПЗ)	0	0
Внеаудиторная контактная работа, КСР	3	3
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	87	87
подготовка к лабораторным работам	43	43
подготовка к зачету с оценкой	44	44
Формы текущего контроля успеваемости		отчет к лабораторной работе
Формы промежуточной аттестации	зачет с оценкой	зачет с оценкой
Контроль	4	4
ИТОГО: час.	108	108
ИТОГО: з.е.	3	3

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Таблица 6

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы						
		ЛЗ	ЛР	ПЗ	СРС	КСР	Конт-роль	Всего часов
1.	Маркетинг и его роль в развитии общественного питания	-	6	-	43	2	2	53
2.	Гастрономическая услуга как продукт	2	6	-	44	1	2	55
Итого:		2	12	0	87	3	4	108

4.1. Содержание лекционных занятий

Таблица 7

№ ЛЗ	Наименование раздела	Тема лекции	Содержание лекции (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Кол-во часов
Курс 4				
1.	Гастрономическая услуга как продукт	Стратегия продукта в индивидуальной гастрономии.	Стратегия рыночной ниши, как главный способ конкуренции независимых гастрономических фирм на рынке. Стратегия продукта в отдельных формах индивидуальной гастрономии. Предприятия индивидуальных собственников. Элитные рестораны, пабы, кафе, клубы, бистро	2
Итого за курс:				2
Итого:				2

4.2. Содержание лабораторных занятий

Таблица 8

№ ЛР	Наименование раздела	Наименование лабораторной работы	Содержание лабораторной работы (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Кол-во часов
Курс 4				
1.	Маркетинг и его роль в развитии общественного	Разработка технологии маркетинговой компании для продукта питания (на	Разработать рецептуру напитка. Разработать технологию производства напитка. Провести организацию органолептического анализа методом	6

	питания	примере напитков).	профиля. Заполнение органолептических карт. Составление материального баланса приготовленных блюд. Привести характеристику текущей маркетинговой ситуации, на примере напитков на базе комбината питания. Описать целевой рынок ПОП. Сформировать цели и план маркетинга на примере ресторана.	
2.	Гастрономическая услуга как продукт	Разработка технологии производства меню и рекламных текстов для ПОП.	Основные требования к рекламным сообщениям. Разработка меню для ресторана, класса люкс, первого класса, кафе. Приготовление блюд из данного меню. Организация органолептического анализа методом профиля. Заполнение органолептических карт. Составление материального баланса приготовленных блюд. Правила составления рекламы на выпускаемую продукцию на данном предприятии питания.	6
Итого за курс:				12
Итого:				12

4.3. Содержание практических занятий

Таблица 9

№ ПЗ	Наименование раздела	Тема практического занятия	Содержание практического занятия (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Кол-во часов
не предусмотрены учебным планом				

4.4. Содержание самостоятельной работы

Таблица 10

№ п/п	Наименование раздела	Вид самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Кол-во часов
Курс 4				
1.	Маркетинг и его роль в развитии общественного питания	подготовка к зачету с оценкой	Знакомство с технологиями приготовления блюд Маркетинговые компании Типы конкуренции блюд Приготовление первых блюд, с заданными рецептурами Приготовление вторых блюд Подготовка к зачету с оценкой	21
2.	Гастрономическая услуга как продукт			22
3.	Маркетинг и его роль в развитии общественного питания	подготовка к лабораторным работам	Разработка технологии производства продукции общественного питания, определение методов и расчет цен на определенные виды продукции и услуги базового предприятия. Изучение анализа факторов ценовых решений гастрономии. Составление меню бизнес-ланча для ресторана. Приготовление блюд из меню Бизнес-ланча на базе столовой. Организация органолептического анализа методом профиля. Заполнение органолептических карт. Составление материального баланса приготовленных блюд. Изучение анализа факторов ценовых решений на бизнес ланч.	22
4.	Гастрономическая услуга как продукт			22
Итого за курс:				87
Итого:				87

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

1. Методические указания при работе на лекции

До лекции студент должен просмотреть учебно-методическую и научную литературу по теме лекции для того, чтобы иметь представление о проблемах, которые будут подняты в лекции.

Перед началом лекции обучающимся сообщается тема лекции, план, вопросы, подлежащие рассмотрению, доводятся основные литературные источники. Весь учебный материал, сообщаемый преподавателем, должен не просто прослушиваться. Он должен быть активно воспринят, т. е. услышан, осмыслен, понят, зафиксирован на бумаге и закреплён в памяти. Приступая к слушанию нового учебного материала, полезно мысленно установить его связь с ранее изученным. Следя за техникой чтения лекции (акцент на существенном, повышение тона, изменение ритма, пауза и т. п.), необходимо вслед за преподавателем уметь выделять основные категории, законы и определять их содержание, проблемы, предполагать их возможные решения, доказательства и выводы. Осуществляя такую работу, можно значительно облегчить себе понимание учебного материала, его конспектирование и дальнейшее изучение.

2. Методические указания при работе на лабораторном занятии

Проведение лабораторной работы делится на две условные части: теоретическую и практическую.

Необходимыми структурными элементами занятия являются проведение лабораторной работы, проверка усвоенного материала, включающая обсуждение теоретических основ выполняемой работы.

Перед лабораторной работой, как правило, проводится технико-теоретический инструктаж по использованию необходимого оборудования. Преподаватель корректирует деятельность обучающегося в процессе выполнения работы (при необходимости). После завершения лабораторной работы подводятся итоги, обсуждаются результаты деятельности.

Возможны следующие формы организации лабораторных работ: фронтальная, групповая и индивидуальная. При фронтальной форме однотипная работа выполняется всеми обучающимися одновременно. При групповой форме работа выполняется группой (командой). При индивидуальной форме обучающимися выполняются индивидуальные работы.

По каждой лабораторной работе имеются методические указания по их выполнению, включающие необходимый теоретический и практический материал, содержащие элементы и последовательную инструкцию по проведению выбранной работы, индивидуальные варианты заданий, требования и форму отчетности по данной работе.

3. Методические указания по самостоятельной работе

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей обучающегося.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий;
- на лекциях, практических занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания;
- на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;
- в методическом кабинете, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

6. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

Таблица 11

№ п/п	Автор(ы), наименование, место, год издания (если есть, указать «гриф»)	Книжный фонд (КФ) или электрон. ресурс (ЭР)	Литература	
			учебная	для самост. работы
1.	Методика оценки образовательных электронных ресурсов: учебное пособие / Гриншкун В.В., Заславская О.Ю., Корнилов В.С., Московский городской педагогический университет: 2012.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu iprbooks 26521	ЭР	+	
2.	Курчеева, Г. И. Методическое обеспечение маркетинговых исследований новых продуктов [Электронный ресурс]: монография / Г. И. Курчеева, В. А. Хворостов. – Электрон. текстовые данные. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014. – 175 с. https://www.iprbookshop.ru/epd-reader?publicationId=44958	ЭР	+	
3.	Кустова И.А. Маркетинг продуктов общественного питания: лабораторный практикум / И.А. Кустова. – Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2017. https://elib.samgtu.ru/readdoc?uid=els_samgtu elib 2769	ЭР		+
4.	Терминологический словарь для студентов направления подготовки 260800 «Технология продукции и организация общественного питания» [Электронный ресурс] / Б. В. Щербина, И. Р. Смирнова, Ю. М. Плаксин [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – М.: Российская международная академия туризма, Логос, 2016. – 260 с. https://www.iprbookshop.ru/epd-reader?publicationId=51872	ЭР	+	
5.	Австриевских, А. Н. Продукты здорового питания. Новые технологии, обеспечение качества, эффективность применения [Электронный ресурс] / А. Н. Австриевских, А. А. Вековцев, В. М. Позняковский. – Электрон. текстовые данные. – Саратов:	ЭР		+

	Вузовское образование, 2014. – 428 с https://www.iprbookshop.ru/epd-reader?publicationId=5584			
6.	Конкурентоустойчивое развитие производства продуктов здорового питания в предприятиях пищевой промышленности Беларуси: монография / Гусаков В.Г., Пилипук А.В., Белорусская наука: 2018.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu iprbooks 88677	ЭР	+	-
7.	Научно-практические основы проектирования новых продуктов питания: практикум / Дедегкаев А.Т., Меледина Т.В., Зипаев Д.В., Федоров А.В., Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ: 2021.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu iprbooks 105034	ЭР	-	+

Доступ обучающихся к ЭР НТБ СамГТУ (elib.samgtu.ru) осуществляется посредством электронной информационной образовательной среды университета и сайта НТБ СамГТУ по логину и паролю.

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

При проведении лекционных занятий используется мультимедийное оборудование. Организовано взаимодействие обучающегося и преподавателя с использованием электронной информационной образовательной среды университета.

Программное обеспечение

Таблица 12

№ п/п	Название	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)	Правообладатель (производитель)	Страна происхождения (иностранное или отечественное)
1.	LibreOffice Writer	свободно распространяемое	The Document Foundation	иностранное
2.	LibreOffice Impress	свободно распространяемое	The Document Foundation	иностранное
3.	LibreOffice Calc	свободно распространяемое	The Document Foundation	иностранное
4.	Adobe Reader	свободно распространяемое	Adobe Systems Incorporated	иностранное
5.	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»	лицензионное	НПО «ВМИ»	отечественное
6.	Антивирус Касперского	лицензионное	Лаборатория Касперского	отечественное

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

Таблица 13

№ п/п	Наименование	Краткое описание	Режим доступа
1.	Электронно-библиотечная система IPRbooks	Электронно-библиотечная система	http://www.iprbookshop.ru/
2.	Электронно-библиотечная система СамГТУ	Электронная библиотека СамГТУ	https://elib.samgtu.ru/
3.	eLIBRARY.RU	Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru/

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Лабораторные занятия

Для лабораторных занятий используется аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ:

- методический кабинет (ауд. 9).

10. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

по дисциплине

Б1.В.01.05 «Стратегия развития и продвижения новых продуктов общественного питания»

Код и направление подготовки (специальность)	19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
Направленность (профиль)	Технология производства продуктов и организация общественного питания
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	заочная
Год начала подготовки	2021
Выпускающая кафедра	Строительство
Кафедра-разработчик	Строительство
Объем дисциплины, ч. / з.е.	108 / 3
Форма контроля (промежуточная аттестация)	зачет с оценкой

1. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и признаков проявления компетенций (дескрипторов), которыми должен овладеть обучающийся в ходе освоения образовательной программы

Универсальные компетенции

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
не предусмотрены учебным планом				

Общепрофессиональные компетенции

Таблица 2

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
не предусмотрены учебным планом			

Профессиональные компетенции

Таблица 3

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2	Способен организовать полный цикл изготовления кулинарной продукции, с соблюдением международных стандартов обеспечения качества продукции и услуг общественного питания	ПК-2.4 Способен разрабатывать и применять стратегию развития и продвижения новых продуктов общественного питания	З1 ПК-2.4 Знать: технологии маркетинговых исследований и формы адаптации производства зарубежных продуктов питания У1 ПК-2.4 Уметь: анализировать окружающую среду маркетинга и ценовую политику на предприятиях общественного питания; проводить маркетинговые исследования на предприятиях общественного питания, собирать и анализировать маркетинговую информацию В1 ПК-2.4 Владеть: методами развития рынка товаров, структурой маркетинговой деятельности; целями, задачами, функциями, классификацией маркетинга на предприятиях общественного питания

Матрица соответствия оценочных средств запланированным результатам обучения

Таблица 4

Код и индикатор достижения компетенции	Оценочные средства		
	Маркетинг и его роль в развитии общественного питания	Гастрономическая услуга как продукт	Промежуточная аттестация
	Отчет к лабораторной работе		Вопросы к зачету с оценкой
ПК-2.4	З1 ПК-2.4	З1 ПК-2.4	З1 ПК-2.4
ПК-2.4	У1 ПК-2.4	У1 ПК-2.4	У1 ПК-2.4
ПК-2.4	В1 ПК-2.4	В1 ПК-2.4	В1 ПК-2.4

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

2.1. Формы текущего контроля успеваемости

Во время теоретического обучения студенты сдают контрольные точки, которые осуществляются путем выполнения соответствующего задания в личном кабинете.

2.1.1. Вопросы к лабораторным работам.

1. Дайте определение понятию «сценарное планирование»

2. Чем отличается маркетинговая кампания от бизнес-плана развития фирмы?
3. Перечислите принципы разработки маркетинговой кампании на предприятии общественного питания.
4. Что должно входить в основные разделы при разработке типичной маркетинговой кампании для продуктов питания?
5. Перечислите основные этапы жизненного цикла продукции общественного питания.
6. Какие процессы происходят с товарами на этапе хранения, транспортирования, реализации?
7. Чем отличается естественная убыль от актируемых потерь?
8. С какой целью по вашему мнению применяются национальные бренды?
9. Составьте анкеты для опроса различных групп населения в соответствии с выделенными проблемами для составления стратегии развития и продвижения продукции общественного питания.

1.1.2. Отчет к лабораторной работе

Отчет по лабораторной работе составляется каждым студентом на основании записей в рабочей тетради и оформляется на бумаге форматом 210*297мм (А4) в соответствии с требованиями ЕСКД и действующих ГОСТов и стандартов учебного заведения.

1. Номер, название и цель работы.
2. Предварительный расчет. Приводятся исходные данные, расчетная схема, формулы, результаты предварительных расчетов.
3. Экспериментальная часть. Включает в себя электрические схемы и результаты измерений, сведенные в таблицы; при необходимости дается обоснование выбираемых пределов измерения приборов, расчет цен деления. Каждый этап должен иметь свой подзаголовок.

Обработка результатов эксперимента. Приводятся таблицы результатов расчетов по экспериментальным данным, все формулы по которым делались расчеты, диаграммы и графики, построенные по результатам экспериментов и расчетов, анализ результатов, ответы на все вопросы данного раздела методического руководства.

2.2. Формы промежуточной аттестации

2.2.1. Вопросы к зачету с оценкой

1. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России.
2. Концепция развития рыночных отношений.
3. Общность и различия концепций «чистого», социально-этичного маркетинга и антимаркетинга, отличия их от других концепций развития рыночных отношений.
4. Классический комплекс маркетинга, его составляющие элементы, отличия от структуры маркетинговой деятельности.
5. Цели, задачи, принципы и функции маркетинга.
6. Классификация маркетинга по сфере применения, приоритетности задач, краткая характеристика отдельных видов.
7. Группы маркетинга по широте охвата, их отличительные признаки.
8. Сегментирование: понятие, назначение, признаки.
9. Критерии выбора сегмента рынка, анализ возможностей освоения сегмента рынка.
10. Объекты маркетинга: понятие, уровни, группы и виды потребностей.
11. Виды спроса и взаимосвязанные с ними виды маркетинга.
12. Потребители: понятие, классификация, сегментирование.
13. Факторы, влияющие на поведение потребителя на рынке. Модели потребительского поведения.
14. Анализ поведения потребителей на рынке.
15. Службы и организации маркетинга, их основные задачи и функции. Требования к специалисту по маркетингу.
16. Организационные структуры служб маркетингом.
17. Микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы.
18. Макросреда маркетинга: понятие, составные элементы и неконтролируемые факторы.
19. Конкурентная среда: понятие, виды конкуренции, их характеристика, правовая база регулирования.
20. Конкурентоспособность организаций: критерии, методы обеспечения.
21. Классификация средств маркетинга, их краткая характеристика.
22. Товар как средство удовлетворения потребностей, его маркетинговая классификация.
23. «Рыночный жизненный цикл» продукции и услуг общественного питания, его основные этапы и маркетинговые мероприятия, характерные для этих этапов.
24. Разработка концепции новых товаров (продукции и услуг): уровни, этапы.
25. Ценовая политика: понятие. Цели, задачи и направления ценообразования. Назначение цен в маркетинге.
26. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен.
27. Стратегии ценообразования, их краткая характеристика.
28. Средства продвижения товаров: уровни, широта и возможности каналов распространения.
29. Сбытовая политика: понятие, цели и задачи сбыта. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.

30. Торговые посредники: виды и типы. Сравнительная характеристика посредников разных типов.
31. Классификация методов маркетинга: их краткая характеристика.
32. Методы изучения спроса, их сравнительная характеристика по назначению, возможностям, достоинствам и недостаткам.
33. Методы маркетинговых коммуникаций: сравнительная характеристика по назначению, возможностям, достоинствам и недостаткам (кроме рекламы).
34. Реклама: цели, задачи и функции, средства, носители.
35. История возникновения и совершенствование рекламы.
36. Правовые основы рекламы, требования к ней.
37. Классификация рекламы, сравнительная характеристика разных групп и видов рекламы.
38. Модель потребительского восприятия рекламы.
39. Рекламная кампания фирмы. Оценка эффективности рекламы разных видов.
40. Направления и виды стратегии маркетинга.
41. Стратегическое планирование: основные этапы, их краткая характеристика.
42. Виды, цели, задачи и особенности маркетинговых исследований.
43. Маркетинговая информация: назначение, источники, принципы отбора, анализ.
44. Методы маркетинговых исследований, их сравнительная характеристика.
45. Методы материального и морального стимулирования продавцов и покупателей.
46. Конкурентные стратегии маркетинга («БКП», «АБС»). Сущность, основания для выбора, краткая характеристика.
47. «Паблик-релейшенз»: понятие, назначение, формы, общность и отличия от рекламы.
48. Направление и этапы маркетинговых исследований, их краткая характеристика.
49. Стратегическое планирование в маркетинге.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

3.1. Характеристика процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 5

№ п/п	Наименование оценочного средства	Периодичность и способ проведения процедуры оценивания	Методы оценивания	Виды выставляемых оценок	Способ учета индивидуальных достижений, обучающихся
1.	Отчет к лабораторной работе	систематически на лабораторных работах занятиях /письменно и устно / в личном кабинете	экспертный	По пятибалльной шкале	ведомость текущего контроля
2.	Промежуточная аттестация – зачет с оценкой	по окончании изучения дисциплины/ устно	экспертный	По пятибалльной шкале	Зачетная ведомость, зачетная книжка

3.2. Критерии и шкала оценивания результатов изучения дисциплины во время занятий (текущий контроль успеваемости)

Критерии оценивания защиты отчёта к лабораторной работе

Таблица 6

Шкала оценивания	Критерии оценки	Кол-во баллов
«Отлично»	ставится, если учащийся выполняет работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности проведения опытов и измерений; самостоятельно и рационально монтирует необходимое оборудование; все опыты проводит в условиях и режимах, обеспечивающих получение правильных результатов и выводов; соблюдает требования правил безопасности труда; в отчете правильно и аккуратно выполняет все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполняет анализ погрешностей. Отвечает на все поставленные вопросы	(76-100) баллов
«Хорошо»	ставится, если выполнены требования к оценке «отлично», но было допущено два - три недочета, не более одной негрубой ошибки и одного недочёта	(51-75) баллов
«Удовлетворительно»	ставится, если работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, позволяет получить правильные результаты и выводы: если в ходе проведения опыта и измерений были допущены ошибки. Затрудняется дать ответы на поставленные вопросы	(26-50) баллов

«Неудовлетворительно»	ставится, если работа выполнена не полностью	(0-25) баллов
-----------------------	--	---------------

Общие критерии и шкала оценивания результатов для допуска к промежуточной аттестации

Таблица 7

Наименование оценочного средства		Балльная шкала
1.	Отчет к лабораторной работе	0-100 баллов
Итого:		100 баллов

Максимальное количество баллов за семестр – 100. Обучающийся допускается к экзамену при условии 51 и более набранных за семестр баллов.

3.3. Критерии и шкала оценивания результатов изучения дисциплины на промежуточной аттестации

Успеваемость определяется оценками: «зачтено», «не зачтено».

Оценку «зачтено» получает обучающийся, освоивший компетенции дисциплины на всех этапах их формирования **на 51-100 %**, показавший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные рабочей программой, усвоивший основную и ознакомленный с дополнительной литературой, рекомендованной программой.

Оценку «не зачтено» получает обучающийся, освоивший компетенции дисциплины на всех этапах их формирования менее чем **на 51%**, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных рабочей программой заданий.

Шкала оценивания результатов

Таблица 8

Процентная шкала (при ее использовании)	Оценка в системе: «зачтено - не зачтено»
0-50%	Не зачтено
51-100%	Зачтено

Основанием для определения оценки на зачетах служит уровень освоения обучающимися материала и формирования компетенций, предусмотренных программой учебной дисциплины.

Успеваемость на экзамене определяется оценками: 5 «отлично»; 4 «хорошо»; 3 «удовлетворительно»; 2 «неудовлетворительно».

Оценку «отлично» получает обучающийся, освоивший компетенции дисциплины на всех этапах их формирования **на 85-100 %**, показавший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные рабочей программой, усвоивший основную и ознакомленный с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «отлично» выставляется обучающимся, усвоившим взаимосвязь основных положений учебной дисциплины, необходимых для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала.

Оценку «хорошо» заслуживает обучающийся, освоивший компетенции дисциплины на всех этапах их формирования **на 71-84 %**, обнаруживший полное знание учебного материала, успешно выполняющий предусмотренные рабочей программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка «хорошо» выставляется обучающимся, продемонстрировавшим систематическое владение материалом дисциплины, способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности, но допустившим несущественные неточности в ответе.

Оценку «удовлетворительно» получает обучающийся, освоивший компетенции дисциплины на всех этапах их формирования **на 51-70 %**, обнаруживший знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных рабочей программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся, допустившим погрешности в ответе на зачете и при выполнении заданий, но обладающим необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя допущенных недочетов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, освоившему компетенции дисциплины на всех этапах их формирования менее чем **на 51%**, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных рабочей программой заданий.

Шкала оценивания результатов

Таблица 9

Процентная шкала (при ее использовании)	Оценка в системе «неудовлетворительно – удовлетворительно – хорошо – отлично»
0-50%	Неудовлетворительно
51-70%	Удовлетворительно
71-84%	Хорошо
85-100%	Отлично

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала ФГБОУ ВО «СамГТУ»
в г. Белебее Республики Башкортостан

_____ Л.М. Инаходова
« ____ » _____ 20__ г.

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины (модуля)

Б1.В.01.05 «Стратегия развития и продвижения новых продуктов общественного питания»

по направлению подготовки (специальности) 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания» по направленности (профилю) подготовки «Технология производства продуктов и организация общественного питания»

на 20__/20__ учебный год

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

- 1)
- 2)

Разработчик дополнений и изменений:

_____ (должность, степень, ученое звание) _____ (подпись) _____ (ФИО)

Дополнения и изменения рассмотрены и одобрены на заседании кафедры « ____ » _____ 20__ г.,
протокол № ____.

Заведующий кафедрой _____ (степень, звание, подпись) _____ (ФИО)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.01.05 «Стратегия развития и продвижения новых продуктов общественного питания»

Код и направление подготовки (специальность)	19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
Направленность (профиль)	Технология производства продуктов и организация общественного питания
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	заочная
Год начала подготовки	2021
Выпускающая кафедра	Строительство
Кафедра-разработчик	Строительство
Объем дисциплины, ч. / з.е.	108 / 3
Форма контроля (промежуточная аттестация)	зачет с оценкой

Семестр	Час. / з.е.	Лек. зан., час.	Лаб. зан., час.	Практич. зан., час.	КСР	СРС	Контроль	Форма контроля
8	108 / 3	2	12	-	3	87	4	зачет с оценкой
Итого	108 / 3	2	12	-	3	87	4	зачет с оценкой

Универсальные компетенции:	
не предусмотрены учебным планом	
Общепрофессиональные компетенции:	
не предусмотрены учебным планом	
Профессиональные компетенции:	
ПК-2	Способен организовать полный цикл изготовления кулинарной продукции, с соблюдением международных стандартов обеспечения качества продукции и услуг общественного питания
ПК-2.4	Способен разрабатывать и применять стратегию развития и продвижения новых продуктов общественного питания

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с освоением теоретических знаний принципов и методологии маркетинга в общественном питании, историей развития маркетинга, функциях и методах маркетинга на предприятиях общественного питания.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме защиты отчёта к лабораторной работе и промежуточный контроль в форме зачета с оценкой.