

Ногина А.А.

ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**Методические рекомендации по организации самостоятельной работы
студентов**

Направление подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Направленность (профиль) Производство продовольственных продуктов

Челябинск
2022

УДК 613: 2 099
ББК 36-9

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов заочной формы обучения по направлению подготовки бакалавриата 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) направленность (профиль) Производство продовольственных продуктов по дисциплине «Продвижение услуг предприятий общественного питания» / составитель Ногина А.А. -Челябинск: ФГБОУВО «Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет», 2022, 15 с.

ISBN 978-5-93162-655-0

Составитель: Ногина А.А., к.т.н., доцент кафедры подготовки педагогов профессионального обучения и предметных методик.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Продвижение услуг предприятий общественного питания» предназначены для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) направленность (профиль) Производство продовольственных продуктов.

В методические рекомендации включены пояснительная записка, трудоемкость самостоятельной работы, содержание, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Продвижение услуг предприятий общественного питания», предусмотренных рабочей программой.

ISBN 978-5-93162-655-0

© А.А. Ногина

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
2. Трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине.....	6
3. Содержание самостоятельной работы по дисциплине.....	7
4.Задания для самостоятельной работы по темам и их оценка	12
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	14

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Одной из важных и актуальных проблем высшего образования в настоящее время является организация самостоятельной работы студентов. Закон Российской Федерации «Об образовании» определяет следующие задачи содержания образования: формирование у студента адекватной современному уровню знаний картины мира; формирование человека-гражданина, интегрированного в современное общество и нацеленного на его совершенствование; обеспечение и развитие кадрового потенциала экономики, культуры, науки и техники.

Успешное решение этих задач возможно лишь в том случае, когда само образование способствует созданию этих компетенций, а не передает их в готовом виде. При этом самостоятельная работа студентов играет немаловажную роль в системе подготовки будущего педагога.

Стандарт задает объем самостоятельной работы, на выполнение которой отводиться не менее 60% учебного времени для дневной и 80% - для заочных форм обучения. Проводится самостоятельная работа как на аудиторных, так и внеаудиторных занятиях.

Студент, являясь активным участником образовательного процесса, не только прослушивает лекцию и конспектирует основные положения, но и анализирует, сопоставляет, делает выводы. Поэтому одним из условий эффективного проведения аудиторных занятий является самостоятельная работа студента. К ней можно отнести следующие виды деятельности: написание реферата, выполнение контрольной работы, контрольных заданий, подготовка к семинарским занятиям, зачетам, экзаменам, выполнение домашних контрольных работ, участие в олимпиадах, подбор и изучение литературных источников по заданной теме, составление таблиц и др.

Кроме того, самостоятельная работа может проводиться в различных организационных формах: индивидуально, в парах, в группах или целой аудиторией. Все эти формы способствуют развитию познавательных,

организационных и коммуникативных умений, направленных на формирование определенных компетенций.

По формам отчетности могут быть использованы: контрольные работы, тестирование, составление схем, таблиц, конспектирование основных положений и т.д. Для оценивания может быть использована рейтинговая система контроля, учитывающая индивидуальную самостоятельную работу студентов в ходе всего обучения.

Данные методические рекомендации являются приложением к рабочей программе дисциплины «Продвижение услуг предприятий общественного питания».

2. ТРУДОЕМКОСТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование раздела дисциплины и тем	Трудоемкость (в часах)
	СРС
Первый период контроля	
Предприятие питания как объект бизнеса	92
Представление о продвижении услуг предприятий быстрого питания как части комплекса маркетинга	12
Продвижение услуг ресторанного сектора экономики	14
Методы продвижения продукции и услуг в современных рыночных условиях	12
Продвижение новых технологий, товаров и услуг	14
Инновации в маркетинге и продвижении.	12
Исследования рынка для обоснования концепции, методов коммуникаций и рекламы продукции и услуг сегмента быстрого питания	14
Разработка стратегии продвижения продукции и услуг ресторанного сектора экономики	14
Итого по дисциплине	92

3. СОДЕРЖАНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Тема 1. Представление о продвижении услуг предприятий быстрого питания как части комплекса маркетинга (12 часов).

1. Разработка миссии, цели и задач фирмы.
2. Проблема обострения конкуренции на товарных рынках.
3. Формирование современных рыночных отношений.
4. Понятие о децентрализованном, централизованном обменах.
5. Торгово-операционная эффективность на рынке.
6. Внедрение концепции интегрированного маркетинга.
7. Виды маркетинга и их характеристика.
8. Бихевиористский маркетинг.
9. Инновационный маркетинг.

Форма отчетности: конспект по теме

Учебно-методическое обеспечение: 1

Тема 2. Продвижение услуг ресторанного сектора экономики (14 часов).

Новые концепции продвижения продукции и услуг.

Парадигма маркетинга третьего тысячелетия.

Проанализируйте причины коммерческого успеха наиболее распространенной торговой марки Coca-Cola. Какие маркетинговые тактики, методы применялись для продвижения этого бренда?

Компания поручает вам разработать бланк опроса покупателей с целью изучения контингента, посещающего фирму, удовлетворение их спроса и затрат времени на приобретение необходимых товаров. Определите вид и способ наблюдения.

Форма отчетности: конспект по теме

Учебно-методическое обеспечение: 1

Тема 3. Методы продвижения продукции и услуг в современных рыночных условиях (12 часов).

1. Анализ потребителей конкретной компании (по заданию преподавателя).
2. Анализ методик сегментирования потребителей продукции и услуг.
3. Психологические основы продвижения в сфере услуг.
4. Принципы поведенческой экономики в разделении потребителей на группы и формировании целевого рынка.
5. Психологические типы потребителей.
6. Формирование стратегии продаж с учетом разработанной фирмой типологии потребителей.
7. Метод визуализации в анализе потребителей продукции и услуг.

Форма отчетности: таблица

Учебно-методическое обеспечение: 1,2

Тема 4. Продвижение новых технологий, товаров и услуг (14 часов).

1. Рост применения нанотехнологии в разработке и производстве потребительской продукции (наночастицы, нанотрубки, углеродные нанокристаллы для коммерческого использования).
2. Принципы разработки и внедрения продуктовых инноваций.
3. Комплексные системы управления качеством продукции и услуг в индустрии питания.
4. Методы расчета экономической эффективности в высокотехнологическом бизнесе.
5. Лицензирование в разработках и производстве инновационной продукции.
6. Эффективность высокотехнологического бизнеса.

Форма отчетности: таблица

Учебно-методическое обеспечение: 1

Тема 5. Инновации в маркетинге и продвижении (12 часов).

1. Примеры создания распределенных производств (производство электричества из солнечной энергии; ветровые генераторы и т.п.).
2. Компьютеризация производственных систем и концепция распределенного производства. Единые информационные системы.
3. Возможности производства на месте возникновения спроса на продукцию.
4. Потребительские сети: сообщества, организованные маркетинговыми фирмами.
5. Значение Интернета в формировании горизонтальных (распределенных) потоков данных, включающих отзывы и рекомендации для потребителей, технические характеристики и т.п.

Форма отчетности: схема/графическая схема

Учебно-методическое обеспечение: 1,2

Тема 6. Исследования рынка для обоснования концепции, методов коммуникаций и рекламы продукции и услуг сегмента быстрого питания (14 часов).

1. Разработка нестандартных рыночных решений.
2. Постановка проблемы и определение объекта исследований.
3. Актуальные направления маркетинговых исследований в сфере обслуживания.
4. Разработка нового продукта.
5. Создание новой услуги.

Форма отчетности: мультимедийная презентация

Учебно-методическое обеспечение: 1

Тема 7. Разработка стратегии продвижения продукции и услуг ресторанного сектора экономики (14 часов).

1. Виды и характеристика маркетинговой информации (первичная, вторичная; достоинства и недостатки, затраты на получение).
2. Маркетинговая информационная система на предприятиях индустрии питания.
3. Роль управляющего по маркетингу в сборе, анализе маркетинговой информации и принятии решений.
4. Программные средства для анализа маркетинговой информации.
5. Значение Интернет-технологий в разработке стратегии продвижения продукции и услуг.
6. Планирование маркетингового исследования.
7. Теоретические исследования.
8. Поисковые исследования в маркетинге.
9. Принцип снижения расходов на маркетинговые исследования.
10. Эффективность маркетингового исследования.
11. Содержание и назначение разведочных исследований.
12. Организация и проведения маркетингового исследования.
13. Метод исследования - фокус-группы.
14. Глубинное интервью.
15. Проективные методы.
16. Методы опроса потребителей.
17. Наблюдение и эксперимент.
18. Аналоговые исследования.
19. Особенности исследования рынка продуктов питания.
20. Изучение потребителей и товарного предложения рынка продуктов питания.
21. Исследования партнеров и возможностей предприятия.

22. Изучение эффективности методов маркетинга.

23. Конкурентная разведка.

Форма отчетности: мультимедийная презентация

Учебно-методическое обеспечение: 1,

4. ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ТЕМАМ И ИХ ОЦЕНКА

Текущий контроль

Представление о продвижении услуг предприятий быстрого питания как части комплекса маркетинга

Продвижение услуг ресторанного сектора экономики

Методы продвижения продукции и услуг в современных рыночных условиях

1. Конспект по теме

1. Международные ресторанные цепи.
2. Ресторан как уникальная форма предприятия питания.
3. Особенности ресторанного обслуживания.
4. Ресторанный этикет.
5. Необычные рестораны мира.
6. Организационная структура служб ресторана.

Количество баллов: 5

Исследования рынка для обоснования концепции, методов коммуникаций и рекламы продукции и услуг сегмента быстрого питания

Разработка стратегии продвижения продукции и услуг ресторанного сектора экономики

2. Мультимедийная презентация

1. История становления и развития предприятий питания в России и за рубежом.
2. Предпосылки становления ресторанного дела в России.
3. Традиции еды и питья.
4. Предприятия питания в России и за рубежом.

Количество баллов: 10

Инновации в маркетинге и продвижении

3. Схема/граф-схема

1. Поведение потребителя и сервисное взаимодействие.
2. Рольевые отношения в сервисном взаимодействии.

3. Социально культурные характеристики.
4. Социально-профессиональные группы.
5. Демографические группы.
6. Социально-психологические характеристики.
7. Нормативно-правовые аспекты сервисной деятельности.

Количество баллов: 15

Методы продвижения продукции и услуг в современных рыночных условиях

Продвижение новых технологий, товаров и услуг

4. Таблица по теме

1. Принципы современного сервиса.
2. Виды разновидности услуг и сервисной деятельности.
3. Факторы услуги и виды сервисной деятельности.
4. Организационные основы сервисной деятельности.
5. Классификация признаки предприятий
сервиса.

Количество баллов: 15

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/ п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Ссылка на источник в ЭБС
Основная литература		
1	Захарова Н.А. Услуги общественного питания, экскурсионное обслуживание и другие сопутствующие услуги в сфере туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Захарова Н.А.— Электрон. текстовые данные. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 122 с.	http://www.iprbookshop.ru/93554.html .— ЭБС «IPRbooks»
Дополнительная литература		
2	Милл Роберт Кристи Управление рестораном [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «Экономика и управление на предприятии (в сфере сервиса)», «Менеджмент в сфере услуг», «Управление персоналом» / Милл Роберт Кристи— Электрон. текстовые данные. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 536 с.	http://www.iprbookshop.ru/81705.html .— ЭБС «IPRbooks»

Учебное издание

Ногина Анна Александровна

ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

**Методические рекомендации по организации самостоятельной работы
студентов**

Направление подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Направленность (профиль) Производство продовольственных продуктов

Методические рекомендации

Издательство ЗАО «Библиотека А. Миллера»

454091, г. Челябинск, Свободы улица, 159

Подписано в печать 10.10.2022 Формат 60*84/16

Бумага офсетная. Объем 0,87 уч.-изд.л. Тираж 50 экз.

Заказ №48

Отпечатано с готового оригинала-макета в типографии

ЮУрГГПУ

454080, Челябинск, пр. Ленина, 69

