

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Силин Яков Петрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 01.06.2025 09:49:20  
Уникальный программный ключ:  
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

05.12.2025 г.  
протокол № 4  
Зав. кафедрой Чугунова О.В.

Утверждена  
Советом по учебно-методическим  
вопросам и качеству образования

16 декабря 2025 г.

протокол № 4

Председатель  Карх Д.А.



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Менеджмент и маркетинг в общественном питании
Направление подготовки	19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
Профиль	Организация и управление предприятиями в сфере индустрии питания
Форма обучения	заочная
Год набора	2026
Разработана:	
Профессор, д.т.н.	
Феофилактова О.В.	

Екатеринбург  
2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>3</b>
<b>1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3</b>
<b>4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП</b>	<b>3</b>
<b>5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН</b>	<b>10</b>
<b>6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ</b>	<b>10</b>
<b>7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>12</b>
<b>8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ</b>	<b>15</b>
<b>9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>15</b>
<b>10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>16</b>
<b>11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ</b>	<b>17</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования- бакалавриат по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания (приказ Минобрнауки России от 17.08.2020г. № 1047)
---------	--

### 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины (модуля) менеджмент и маркетинг в общественном питании дать теоретические знания, систематизировать их, основываясь на опыте работы лучших предприятий и организаций общественного питания с учетом достижений научно-технического прогресса, перспектив развития отрасли; научить решать проблемы управления в общественном питании, разрабатывать и обосновывать планы развития предприятия, распределять должностные обязанности среди работников предприятия с учетом принципов разделения труда в общественном питании, разрабатывать систему мотивации персонала для повышения качества услуг предприятия, ознакомить с формами делегирования, моделями принятия управленческих решений.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов				З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (поуч.зан.)		Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции		
Семестр 8					
Зачет	72	12	12	56	2

### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
технологический	

<p>ПК-1 Организация ведения технологического процесса в рамках принятой в организации технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов</p>	<p>ИД-1.ПК-1 Знать: состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для автоматизированной обработки информации с использованием персональных электронно-вычислительных машин и вычислительных систем, применяемых в автоматизированных технологических линиях производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;</p> <p>методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации с использованием базового системного программного обеспечения и пакетов прикладных программ в процессе производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;</p> <p>технологии производства и организации производственных и технологических процессов продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;</p> <p>сменные показатели производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;</p> <p>технологии бизнес-планирования производственной, финансовой и инвестиционной деятельности производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;</p> <p>требования к качеству выполнения технологических операций производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов</p>
---	--

<p>ПК-1 Организация ведения технологического процесса в рамках принятой организации технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов</p>	<p>ИД-2.ПК-1 Знать: методы технохимического и лабораторного контроля качества сырья, полуфабрикатов и продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;</p> <p>методы планирования, контроля и оценки качества выполнения технологических операций производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов в соответствии с технологическими инструкциями;</p> <p>факторы, влияющие на качество выполнения технологических операций производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов в соответствии с технологическими инструкциями;</p> <p>основные методы и приемы обеспечения информационной безопасности в процессе производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;</p> <p>виды, формы и методы мотивации персонала производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов, включая материальное и нематериальное стимулирование;</p> <p>правила первичного документооборота, учета и отчетности при производстве продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов, в том числе в электронном виде;</p> <p>требования охраны труда, санитарной и пожарной безопасности при техническом обслуживании и эксплуатации технологического оборудования, систем безопасности и сигнализации, контрольно-измерительных приборов и автоматики производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; методики расчета и подбора технологического оборудования для организации и проведения эксперимента по этапам внедрения новых технологических процессов в производство продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;</p> <p>методы расчета экономической эффективности разработки и внедрения новой продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов</p>
---	---

<p>ПК-1 Организация ведения технологического процесса в рамках принятой в организации технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов</p>	<p>ИД-3.ПК-1 Уметь: рассчитывать плановые показатели выполнения технологических операций производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; применять методы подбора и эксплуатации технологического оборудования при производстве продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; пользоваться методами контроля качества выполнения технологических операций производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; применять методы математического моделирования и оптимизации технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов на базе стандартных пакетов прикладных программ; определять технологическую эффективность работы оборудования для производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; применять способы организации производства и эффективной работы трудового коллектива на основе современных методов управления производством продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;</p>
---	---

<p>ПК-1 Организация ведения технологического процесса в рамках принятой в организации технологии производства продукции общественного питания массового изготовления специализированных пищевых продуктов</p>	<p>ИД-5.ПК-1 Иметь практический опыт: разработки планов размещения оборудования, технического оснащения и организации рабочих мест в рамках принятой в организации технологии производства продукции общественного питания массового изготовления специализированных пищевых продуктов; разработки технологической и эксплуатационной документации поведению технологического процесса и техническому обслуживанию оборудования для реализации принятой в организации технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; разработки технически обоснованных норм времени (выработки), линейных и сетевых графиков производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов в целях оптимизации технологического процесса производства; проводить лабораторные исследования безопасности и качества сырья, полуфабрикатов и готовой продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов, включая микробиологический, химико-бактериологический, спектральный, полярографический, пробирный, химический и физико-химический анализ, органолептические исследования, в соответствии с регламентами, стандартными (аттестованными) методиками, требованиями нормативно-технической документации, требованиями охраны труда и экологической безопасности; расчета нормативов материальных затрат (норм расхода сырья, полуфабрикатов, материалов, инструментов, технологического топлива, энергии) и экономической эффективности технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; оформление изменений в технической и технологической документации при корректировке технологических процессов и режимов производства продукции общественного питания массового изготовления специализированных пищевых продуктов; разработки технических заданий на проектирование и производство специальной оснастки, инструмента и приспособлений, нестандартного оборудования, средств автоматизации и механизации, предусмотренных технологией производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов</p>
---	--

<p>ПК-3 Разработка стратегии эффективного развития предприятия общественного питания массового изготовления специализированных</p>	<p>ИД-1.ПК-3 Знать: технологии менеджмента и маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления специализированных пищевых продуктов; состав производственных и непроизводственных затрат действующих и модернизируемых производств продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; показатели эффективности технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления специализированных пищевых продуктов; математическое моделирование технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления специализированных пищевых продуктов на базе стандартных пакетов прикладных программ; состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для автоматизированной обработки информации с использованием персональных электронно-вычислительных машин и вычислительных систем, применяемых в автоматизированных технологических линиях производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации с использованием базового системного программного обеспечения и пакетов прикладных программ в процессе производства продукции общественного питания массового изготовления специализированных пищевых продуктов</p>
	<p>ИД-2.ПК-3 Уметь: применять способы организации производства из эффективной работы трудового коллектива на основе современных методов управления производством продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; использовать технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в профессионально ориентированных информационных системах производства продукции общественного питания массового изготовления специализированных пищевых продуктов; использовать информационные и телекоммуникационные технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в профессионально ориентированных информационных системах производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; применять методы математического моделирования и оптимизации технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов на базе стандартных пакетов прикладных программ; применять статистические методы обработки экспериментальных данных для анализа технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления специализированных пищевых продуктов</p>

<p>ПК-3 Разработка стратегии эффективного развития предприятия общественного питания массового изготовления и специализированных</p>	<p>ИД-3.ПК-3 Иметь практический опыт: проведения маркетинговых исследований передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; оформления изменений в технической и технологической документации при корректировке технологических процессов, системы управления производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; подготовки предложений по повышению эффективности производства и конкурентоспособности продукции, направленных на рациональное использование и сокращение расходов сырья, материалов, снижение трудоемкости производства продукции, повышение производительности труда, экономное расходование энергоресурсов в организации, внедрение безотходных и малоотходных технологий производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; математическое моделирование технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов на базе стандартных пакетов прикладных программ в целях оптимизации производства, разработки новых технологий и технологических схем производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов; организации работ по проведению испытаний, внедрению и применению инновационных технологий для повышения эффективности технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов</p>
--	--

<p>организационно-управленческий</p>	
<p>П К - 4 Управление материальными ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) предприятия питания</p>	<p>ИД-1.ПК-4 Знать: законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий питания; трудовое законодательство Российской Федерации; основы организации деятельности предприятий питания; основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных; теории мотивации и обеспечения лояльности персонала; теории межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии; специализированные компьютерные программы, используемые на предприятиях питания; основы финансового, бухгалтерского и статистического учета на предприятиях питания</p> <p>ИД-2.ПК-4 Уметь: владеть стратегическими и тактическими методами анализа потребности j департаментов (служб, отделов) предприятия питания в материальных и трудовых ресурсах; осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов j (служб, отделов) предприятия питания; осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания; использовать наставничество, делегирование, коучинг и другие современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) предприятия питания; владеть навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний в трудовом коллективе; владеть английским языком или другим иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов предприятия питания</p>

П К - 4 Управление материальными ресурсами и персоналом департаментов(служб, отделов)предприятия питания	ИД-3.ПК-4 Иметь практический опыт: оценки материальных ресурсов департаментов (служб, отделов); оценки функциональных возможностей персонала департаментов (служб, отделов); планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) предприятия питания; формирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов предприятия питания; координации и контроля деятельности департаментов (служб, отделов)
---	--

## 5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч. зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
<b>Семестр 8</b>		<b>68</b>					
Тема 1.	Планирование в системе менеджмента(ПК-3)	25	1			24	
Тема 2.	Организационное проектирование (ПК-3)	15	1			14	
Тема 3.	Мотивация и делегирование в системе менеджмента (ПК-3)	4	1			3	
Тема 4.	Управление персоналом в общественном питании (ПК-3)	4	1			3	
Тема 5.	Маркетинговые исследования,	4	1			3	
Тема 6.	Сегментирование рынка общественного питания (ПК-3)	7	1			6	
Тема 7.	Продуктовая политика и ценообразование. (ПК-3)	2	1			1	
Тема	Управление маркетингом.	7	5			2	

## 6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
<b>Текущий контроль (Приложение 4)</b>			
Тема 1-3	Эссе,	Предлагается 9 тем эссе	5 баллов
Тема 1-8	Тест	Тест состоит из 15 вопросов.	5 баллов
Тема 4-6	Реферат	Предлагается 8 тем рефератов на выбор	5 баллов
<b>Промежуточная аттестация(Приложение 5)</b>			
8 семестр (За)	билет к зачету	Содержит один теоретический вопрос и одно практическое задание	зачет

## ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов.  Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответаи т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

## 7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 7.1. Содержание лекций

## Тема 1. Планирование в системе менеджмента (ПК-3)

Формулирование стратегических целей развития предприятия.  
Факторы микро и макро среды. SWOT-анализ.  
Реализация стратегических альтернатив.

## Тема 2. Организационное проектирование (ПК-3)

Основные требования к организации в системе менеджмента: наличие цели, ресурсов, персонала. Этапы и принципы построения организационных структур. Высокие и плоские структуры: линейная, функциональная, линейно-функциональная, матричная, штабная. Масштаб управляемости и контроля. Иерархия организации и ее звенность. Распределение прав и ответственности. Централизация и децентрализация. Дифференциация и интеграция. Проектирование производственной системы и ее функционирование. Методы оценки эффективности производственной системы: экономические, психологические и др.

## Тема 3. Мотивация и делегирование в системе менеджмента (ПК-1, ПК-4)

Мотивация является основной функцией менеджмента, при этом выделяют следующие формы мотивации: материальная и нематериальная, положительная и отрицательная, внешняя и внутренняя, общекорпоративная, групповая и индивидуальная, самомотивация. Делегирование полномочий. Принципы и сущность делегирования: формулирование целей, задач, передача полномочий и ответственности.

## Тема 4. Управление персоналом в общественном питании (ПК-1, ПК-4)

Типы власти и их использование в практике управления. Требования к современному менеджеру. Понятие конфликта. Конфликт и коммуникационные процессы. Типы конфликтов. Разрушительные свойства и конструктивные начала конфликтов. Уровни конфликта в организации. Разновидности внутриорганизационного конфликта: вертикальный, горизонтальный, линейно-функциональный, ролевой. Структурные методы управления конфликтом. Виды контроля в управлении: процессный, итоговый, самоконтроль, внешний контроль.

## Тема 5. Маркетинговые исследования, изучение рыночных возможностей (ПК-3)

Основные направления маркетинговых исследований на рынках услуг. Этапы проведения маркетинговых исследований. Система маркетинговой информации. Сущность первичной и вторичной информации, достоинство и недостатки. Методы сбора первичной информации.

## Тема 6. Сегментирование рынка общественного питания (ПК-3)

Критерии сегментирования потребительских рынков: географический, демографический, социально-экономический, психографический.  
Планирование маркетинговой деятельности предприятия: выбор целевого сегмента; позиционирование; конкуренция, стратегии конкуренции на рынке услуг.

## Тема 7. Продуктовая политика и ценообразование. (ПК-3)

Принятие решений потребителем: товары и цены. Классификация товаров, товарные знаки, марки, упаковка, этикетка, жизненный цикл товара, номенклатура и ассортимент. Ассортиментная политика. Оптимизация ассортимента услуг. Фирменный стиль предприятия. Методы и стратегии ценообразования. Постановка цели и задач, определение спроса на услуги; оценка издержек; анализ цен конкурентов. Этапы формирования цены на услугу. Установление окончательной цены.

Тема 8. Управление маркетингом. (ПК-3)

Планирование маркетинговой деятельности предприятия: ситуационный анализ, маркетинговый синтез, стратегическое планирование, тактическое планирование, маркетинговый контроль. Структура маркетинговой службы: достоинства и недостатки. Эффективность маркетинговой деятельности на предприятии.

### 7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 2. Организационное проектирование (ПК-3)

1. Изучение понятийного аппарата темы, лекционного материала, глав рекомендованных учебников и дополнительных источников;
2. Подготовка к тесту

Тема 3. Мотивация и делегирование в системе менеджмента (ПК-1, ПК-4)

Кейс. Разработка этапов мотивации персонала

Тема 4. Управление персоналом в общественном питании (ПК-1, ПК-4)

Кейс «Технологии командообразования»

Тема 5. Маркетинговые исследования, изучение рыночных возможностей (ПК-3)

Кейс «Составление плана проведения маркетинговых исследований»

Тема 6. Сегментирование рынка общественного питания (ПК-3)

Кейс «Определение степени удовлетворенности в зависимости от критериев сегментирования»

Тема 7. Продуктовая политика и ценообразование. (ПК-3)

Кейс «Оценка эффективности маркетинговой акции»

Тема 8. Управление маркетингом. (ПК-3)

Кейс «Оценка эффективности маркетинговой акции»

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену  
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ  
не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося  
Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы  
не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы  
не предусмотрено

## **8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

### ***По заявлению студента***

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

## **9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Сайт библиотеки УрГЭУ**

<http://lib.usue.ru/>

### **Основная литература:**

2. Григорян Е. С., Пиканина Г.Т., Соколова Е.А. Маркетинг в общественном питании[Электронный ресурс]:Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. -352 – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/2098501>

3. Любецкая Т.Р., Токарева Т.Ю. Менеджмент в индустрии питания [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: КноРус, 2025. - 201 – Режим доступа: <https://book.ru/book/955357>

**Дополнительная литература:**

2. Борцова Менеджмент и маркетинг общественного питания. Курс лекций. Тема 1. Услуга общественного питания в комплекс маркетинге [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2023. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202307a/16.mp4>

3. Борцова Менеджмент и маркетинг общественного питания. Курс лекций. Тема 2. Концепция предприятия общественного питания и комплекс маркетинга [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2023. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202307a/17.mp4>

4. Борцова Менеджмент и маркетинг общественного питания. Курс лекций. Тема 3. Средства коммуникации между продавцом и покупателем [Электронный ресурс]:. - Екатеринбург: [б. и.], 2023. - 1 – Режим доступа: <http://lib.wbstatic.usue.ru/202307a/18.mp4>

**10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Перечень лицензионного программного обеспечения:**

Astra Linux Common Edition. Договор №0417-ПО/2019 от 08.05.2019, Акт №Sk000343 от 24.05.2019 и Контракт № 35-У/2018 от 13.06.2018, Акт № УТ213 от 17.12.2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

**Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 143/223-У/2025 от 02.12.2025 Срок действия лицензии до 31.12.2026

## **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

### 7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету

1. Эволюция концепций маркетинга в предприятиях питания.
2. Методы маркетинговых исследований: опрос.
3. Стратегии продвижения на рынке предприятий питания.
4. Ассортиментная политика предприятий питания.
5. Характеристика комплекс маркетинга: для товаров, для услуг.
6. Ценовая политика предприятий питания.
7. Жизненный цикл товара в системе маркетинга и влияние на маркетинговую политику предприятия питания.
8. Характеристика плана маркетинговых исследований.
9. Реклама в системе продвижения предприятий питания: виды, характеристика достоинств и недостатков.
10. Характеристика функций маркетинга, особенности реализации в предприятиях питания.
11. Маркетинговые исследования рынка: объекты изучения, цели и задачи, решаемые на предприятии питания.
12. Личные продажи в системе продвижения предприятий питания: виды, характеристика достоинств и недостатков.
13. Качество услуг предприятий питания: маркетинговые аспекты.
14. Прямой маркетинг в системе продвижения предприятий питания: виды, характеристика достоинств и недостатков.
15. Месторасположение предприятий питания как инструмент комплекс маркетинга.
16. Связи с общественностью в системе продвижения предприятий питания: виды, характеристика достоинств и недостатков.
17. Задачи, содержание и особенности маркетинга в общественном питании.
18. Общие сведения о российском рынке общественного питания. Классификация предприятий питания
19. Маркетинг в ресторанном бизнесе
20. Основные направления рациональной организации управленческого труда.
21. Организация проведения деловых совещаний и переговоров.
22. Экономическая эффективность менеджмента и методы ее оценки.
23. Организация контроля за исполнением управленческих решений.
24. Власть и личное влияние менеджера в структуре управления современной фирмой.
25. Оперативное планирование, его формы и особенности в условиях формирования рыночной экономики России.
26. Индивид, личность, коллектив как объекты управления в новых российских условиях хозяйствования.
27. Основные принципы и методы организации профессионального отбора кадров на современном российском предприятии.
28. Характер личности и его проявления в профессиональной деятельности современного руководителя.
29. Мотивация труда как необходимость удовлетворения потребностей личности.
30. Основные принципы управления персоналом фирмы. Подбор и оценка кадров на современном российском предприятии.

Приложение 2  
к рабочей программе

**7.3.2. Практические задания для самостоятельной подготовки к зачету**

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
<i>Задания открытого типа</i>			
		Выберете наиболее подходящий вид маркетинга к следующей ситуации на рынке: - в последние годы в России наблюдается снижение потребления соевого молока.	ПК-3
		_____ исполняет собой анализ возникающей на рынке ситуации и увеличение эффективности организации компании на базе полученной информации с учетом экономических рычагов влияния.	ПК-3
		Маркетинговые _____ имеют своей составной частью поиск информации о том, кто является потребителем этого заведения, что в свою очередь оказывает воздействие на их выбор, где и как они выяснили о предприятии, что они предпочитают, а что они отвергают, какую сумму денег они готовы и хотят потратить, их вкусы, почему люди предпочли данное предприятие другому аналогу.	ПК-3
		Организационная структура предприятия включает в себя специальный отдел, который занимается в т.ч. вопросами продвижения своих товаров и услуг. Данный отдел контролируется напрямую директором компании. Как называется отдел?	ПК-3
		_____ маркетинга или маркетинг-микс (marketingmix) - это набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желательную ответную реакцию со стороны целевого рынка	ПК-3
		Маркетинг на предприятии общественного питания осуществляется по комплексу _____: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence. В русскоязычной	ПК-3

		трактовке это товар, цена, место, продвижение, люди, процесс оказания услуг, физическое окружение.	
		К _____ относятся все маркетинговые коммуникации, которые за счет определенных приемов способствуют продвижению продукции и услуг: пиар, стимулирование сбыта, реклама, индивидуальные продажи, открытый маркетинг.	ПК-3
		Как составной элемент комплекса маркетинга _____ политика компании является одним из главных инструментов целевой организации потребностей, спроса и товарной предрасположенности потребителей на рынке услуг, ведущим элементом в структуре системы неценового стимулирования сбыта кулинарной продукции.	ПК-3
		На многих предприятиях питания _____ акции нацелены быть представленными в виде выставок: продаж, ярмарок, дегустаций, рекламы на месте продаж, сувенирная группа.	ПК-3
		На кого направлен внутренний маркетинг предприятия питания?	ПК-3
		_____ персонала — это один из основных способов повышения производительности труда на производстве и является главным в направлении кадровой политики предприятия.	ПК-1 ПК-4
		Какому принципу эффективной системы мотивации способствует формирование устойчивой логической взаимосвязи: за правильными действиями следует вознаграждение, за неправильными — наказание.	ПК-1 ПК-4
		Какой принцип эффективной системы мотивации выражается в том, что результаты конкурсов, проведенных среди персонала предприятия питания, должны быть вывешены на информационной доске.	ПК-1 ПК-4
		К какому виду мотивации относят систему доплат и поощрений (косвенной и прямой)	ПК-1 ПК-4
		Как называется стиль руководства, который	ПК-1 ПК-4

		характеризуется полным доверием, основан на широком привлечении персонала к управлению организацией.	
		Как называется стиль руководства, при котором руководитель принимает стратегические решения и, проявляя доверие, тактические решения делегирует подчиненным.	ПК-1 ПК-4
		_____ управления — представляет собой манеру поведения руководителя по отношению к подчиненным, позволяющая влиять на них и заставлять делать то, что в данный момент нужно	ПК-1 ПК-4
		_____ система – действия, направленные на улучшение материальной базы человека. К ним относятся: увеличение заработной платы; повышение оплаты за работу в выходные, праздничные дни; дополнительное материальное поощрение: бонусы, премии; страхование жизни, здоровья.	ПК-1 ПК-4
		Основное отличие мотивации от _____ – это то, что первый термин связан с внутренним интересом человека, а второй – с внешним воздействием на него.	ПК-1 ПК-4
		Вид мотивации персонала, представляющий собой совокупность потребностей, интересов, намерений работника, связанных с его трудовой деятельностью	ПК-1 ПК-4
		Как называется функция маркетинга, которая занимается изучением внешней среды и конкретных товарных рынков, потребителей и конкурентов?	ПК-3
		Как называется функция маркетинга, которая занимается формированием ассортимента, проведением гибкой ценовой политики, организацией системы товародвижения, организацией сервисного обслуживания.	ПК-3
		Как называется функция маркетинга, которая занимается формированием спроса и стимулированием сбыта	ПК-3
		Как называется функция маркетинга, которая занимается анализом, планированием маркетинговой деятельности, информационно-	ПК-3

		аналитическим обеспечением управления, организацией системы контроля за маркетинговой деятельностью.	
		Как называется цель маркетинговых исследований, которая носит характер характера в простом описании тех или иных аспектов реальной маркетинговой ситуации.	ПК-3

<i>Задания закрытого типа</i>			
		В комплекс маркетинга включаются... а) товар, цена, продвижение товара, сбыт; б) комплекс маркетинговых мероприятий на рынке; в) функции службы сбыта; г) поставщики, конкуренты, клиенты.	ПК-3
		В маркетинговую деятельность по элементу комплекса маркетинга «сбыт» не входит... а) выбор каналов сбыта; б) план рекламной кампании; в) разработка дилерских скидок; г) оптимизация схем товародвижения.	ПК-3
		В маркетинговых исследованиях при выборе сегмента несущественными критериями являются... а) полное отсутствие конкурентов; б) достаточная ёмкость для получения прибыли; в) доступность сегмента для составляющих комплекса маркетинга; г) только качественная определённость сегмента.	ПК-3
		В маркетинговых исследованиях к внутренним источникам информации относят... а) публикации научно-исследовательских центров; б) маркетинговую статистику по товарообороту фирмы, данные о маркетинговых затратах; в) ежегодники статистической информации г) публикации научно-исследовательских институтов	ПК-3
		В маркетинговых исследованиях наблюдение как метод сбора первичной информации характеризуется следующими особенностями... а) позволяет учитывать множество взаимосвязанных	ПК-3

		<p>факторов;</p> <p>б) предполагает открытый или скрытый сбор и регистрацию исследуемых событий или процессов;</p> <p>в) не зависит от готовности наблюдаемого объекта сообщать информацию;</p> <p>г) все выше перечисленное</p>	
		<p>В маркетинговых исследованиях к внутренним источникам информации относят...</p> <p>а) публикации научно-исследовательских центров и институтов;</p> <p>б) маркетинговую статистику по товарообороту фирмы;</p> <p>в) данные о маркетинговых затратах;</p> <p>г) все выше перечисленное.</p>	ПК-3
		<p>В маркетинге источник мотивации покупки, заставляющий потребителя выбирать именно этот товар, называют...</p> <p>а) критерием сегментирования;</p> <p>б) брендом;</p> <p>в) имиджем товара;</p> <p>г) атрибутом позиционирования.</p>	ПК-3
		<p>В маркетинге покупатель – это субъект, который...</p> <p>а) обладает правами выбирать товар, оговаривать условия и сроки покупки товара;</p> <p>б) непосредственно совершает покупку;</p> <p>в) является инициатором покупки</p> <p>г) верны все ответы</p>	ПК-3
		<p>Демаркетинг применяется для того, чтобы...</p> <p>а) привлечь потребителей конкурирующего товара;</p> <p>б) уменьшить уровень спроса;</p> <p>в) повысить уровень спроса;</p> <p>г) сгладить сезонные колебания спроса.</p>	ПК-3
		<p>Три главных принципа эффективной системы мотивации:</p> <p>а) прозрачности, объективности, наглядности</p> <p>б) прозрачности, закрытости, наглядности</p> <p>в) прозрачности, закрытости, самосовершенствовании</p> <p>г) прозрачности, объективности, самосовершенствовании</p>	ПК-1 ПК-4
		<p>Назовите три вида мотивации персонала:</p> <p>а) ценовая, социальная, психологическая</p> <p>б) материальная, социальная, психологическая</p>	ПК-1 ПК-4

		<p>в) материальная, нематериальная, психологическая</p> <p>г) ценовая, нематериальная, психологическая</p>	
		<p>Что относят к прямой материальной мотивации</p> <p>а) доплаты, премии, рост заработной платы</p> <p>б) оплата больничных листов, отпусков, медицинское и пенсионное страхование.</p> <p>в) доплаты, оплата больничных листов, отпусков</p> <p>г) рост заработной платы, медицинское и пенсионное страхование</p>	<p>ПК-1</p> <p>ПК-4</p>
		<p>Что относят к косвенной материальной мотивации</p> <p>а) доплаты, премии, рост заработной платы</p> <p>б) оплата больничных листов, отпусков, медицинское и пенсионное страхование.</p> <p>в) доплаты, оплата больничных листов, отпусков</p> <p>г) рост заработной платы, медицинское и пенсионное страхование</p>	<p>ПК-1</p> <p>ПК-4</p>
		<p>К социальным мотивациям относятся:</p> <p>а) персональная похвала работника за отлично проделанную работу; публичная похвала работника на общем собрании предприятия; благодарственное письмо, грамота или вручение награды</p> <p>б) персональная похвала работника за отлично проделанную работу; публичная похвала работника на общем собрании предприятия; благодарственное письмо, грамота или вручение награды, медицинское и пенсионное страхование</p> <p>в) персональная похвала работника за отлично проделанную работу; благодарственное письмо, грамота или вручение награды; оплата отпусков</p> <p>г) персональная похвала работника за отлично проделанную работу; публичная похвала работника на общем собрании предприятия; благодарственное письмо, грамота или вручение награды; оплата отпусков</p>	<p>ПК-1</p> <p>ПК-4</p>
		<p>Какие три стиля руководства существует? (выберете один неверный вариант ответа):</p> <p>а) авторитарный стиль</p>	<p>ПК-1</p> <p>ПК-4</p>

		б) демократический стиль в) либеральный стиль г) коммунистический стиль	
		При каком стиле руководства присутствует централизация власти в руках одного руководителя; ставка на администрирование и ограниченные контакты с подчинёнными? а) авторитарный стиль б) демократический стиль в) либеральный стиль г) коммунистический стиль	ПК-1 ПК-4
		К основным целям поощрения работников относятся: а) увеличение эффективности деятельности организации; повышение сплоченности коллектива; формирование штата сотрудников, выполняющих свои задачи; создание благоприятной рабочей атмосферы; выстраивание коммуникативной связи между руководством и подчиненными. б) увеличение эффективности деятельности организации; снижение издержек производства; формирование штата сотрудников, выполняющих свои задачи; создание благоприятной рабочей атмосферы; выстраивание коммуникативной связи между руководством и подчиненными. в) увеличение эффективности деятельности организации; повышение сплоченности коллектива; формирование штата сотрудников, выполняющих свои задачи; создание благоприятной рабочей атмосферы г) увеличение эффективности деятельности организации; повышение сплоченности коллектива; улучшение использования основных фондов предприятия питания; формирование штата сотрудников, выполняющих свои задачи; создание благоприятной рабочей атмосферы; выстраивание коммуникативной связи между руководством и подчиненными.	ПК-1 ПК-4
		Информацию о мотивации персонала целесообразно донести при помощи методов устной коммуникации, которые используются между несколькими людьми. К ним	ПК-1 ПК-4

		<p>относятся:</p> <p>а) совещания; конференции; коллективные обсуждения; неформальное общение.</p> <p>б) совещания; невербальное общение; коллективные обсуждения; неформальное общение.</p> <p>в) совещания; конференции; коллективные обсуждения; язык тела.</p> <p>г) все ответы верны</p>	
		<p>Материальные вознаграждения:</p> <p>а) увеличение заработной платы; подарки; сертификаты на товары и услуги; выдача абонементов в бассейн, тренажерный зал; начисление бонусов; действия со стороны руководства, повышающие авторитет человека; оформление страховых полисов.</p> <p>б) увеличение заработной платы; подарки; сертификаты на товары и услуги; выдача абонементов в бассейн, тренажерный зал; начисление бонусов; оформление страховых полисов.</p> <p>в) увеличение заработной платы; подарки; сертификаты на товары и услуги; выдача абонементов в бассейн, тренажерный зал; начисление бонусов; выражение благодарности на общих собраниях; оформление страховых полисов.</p> <p>г) увеличение заработной платы; подарки; сертификаты на товары и услуги; выдача абонементов в бассейн, тренажерный зал; начисление бонусов; выражение благодарности на общих собраниях; награждение грамотой</p>	<p>ПК-1</p> <p>ПК-4</p>