

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.7.1. «Исследование рынков предприятий общественного питания»

По направлению подготовки: 19.03.04 «Технология продукции и организация общественного питания»

По профилю: Технология и организация централизованного производства кулинарной продукции и кондитерских изделий

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ТПП

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Логистики и управления»

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Исследование рынков предприятий общественного питания» являются:

- а) обучение основам маркетингового исследования рынков предприятий общественного питания и выбору поставщиков для предприятий питания;
- б) обучение методам технико-экономического анализа продукции питания;
- в) формирование навыков работы с информацией о рынке предприятий общественного питания;
- г) формирование навыков разработки системы КРІ для оценки качества персонала;
- д) формирование навыков управления товарными потоками на предприятиях питания.

2. Содержание дисциплины «Исследование рынков предприятий общественного питания»:

Основы деятельности и классификация предприятий общественного питания.

Использование комплекса маркетинга в организации общественного питания

Рациональное размещение сети предприятий общественного питания

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) классификацию предприятий общественного питания;
- б) характеристику типов предприятий общественного питания;
- в) маркетинговые технологии на предприятии общественного питания и их содержание;
- г) методы сбора первичной информации.

2) Уметь:

- а) планировать маркетинговые мероприятия;
- б) проводить маркетинговые исследования товарных рынков питания;
- в) анализировать информацию по результатам продаж;
- г) управлять материальными потоками на предприятиях питания.

3) Владеть:

- а) навыками реализации маркетинговых технологий;
- б) навыками оценки профессионального уровня персонала;
- в) навыками работы с информационными потоками в области развития потребительского рынка;
- г) навыками прогнозирования конъюнктуры рынка продуктов питания и спроса.

Зав.каф. ТПП



О.А.Решетник