

**Аннотация
рабочей программы дисциплины
Б1.Б.26 Маркетинг в общественном питании**

Направление подготовки: 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания

Направленность: «Технология продукции и организация в предприятиях питания»

Квалификация: Бакалавр

Трудоемкость: 4 з.е.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Маркетинг в общественном питании» относится к дисциплинам базовой части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания.

Содержание дисциплины (тематический план):

1. Сущность и содержание маркетинга
2. Рынок – условия и экономическая основа маркетинга
3. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации
4. Маркетинговая среда организации
5. Сегментирование рынка
6. Товарная политика предприятия
7. Цена и ценообразование в маркетинге
8. Сбытовая политика предприятия
9. Управление маркетингом

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ПК-10 - способностью определять цели и ставить задачи отделу продаж по ассортименту продаваемой продукции производства и услугам внутри и вне предприятия питания, анализировать информацию по результатам продаж и принимать решения в области контроля процесса продаж, владеть системой товародвижения и логистическими процессами на предприятиях питания;

ПК-15 - способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию;

ПК-19 - владением нормативно-правовой базой в области продаж продукции производства и услуг.

Разработчик: кафедра коммерческого товароведения