

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ОД.7 МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

**Направление подготовки:** 19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания

**Направленность (профиль):** *Технология продукции и организация в предприятиях общественного питания*

**Трудоемкость:** 3 з.е.

**Промежуточная аттестация:** зачет

**Автор:** Л.Ю. Русалева, д-р экон. наук, доцент

### ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Маркетинг и логистика в общественном питании» является владение современными знаниями и технологиями бизнеса в области управления спросом на рынке предприятий общественного питания.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

*производственно-технологическая деятельность:*

обеспечение производственного процесса финансовыми и материальными ресурсами;

требования к процедуре контроля качества и безопасности поступающих от поставщиков продуктов питания и к собственной продукции производства;

разработка и оценка эффективности политики закупок предприятий питания;

установка требований к взаимодействию логистических процессов с другими бизнес-процессами предприятия;

учет факторов влияния внешней, операционной и внутренней среды при формировании стратегии развития предприятия питания;

разработка политики предприятия, формирование стратегических планов развития;

согласование планов деятельности подразделений по реализации стратегии;

обеспечение предприятия питания материальными и финансовыми ресурсами;

разработка новых конкурентоспособных концепций;

разработка стратегии развития предприятия питания, обеспечение реализации стратегических планов;

политика закупок продуктов и управление запасами;

стратегия развития процесса продаж;

*организационно-управленческая деятельность:*

разработка и оценка эффективности продаж на предприятии питания;

установка требований к объемам продаж на предприятии;

разработка требований к приему и обслуживанию гостей в соответствии с поставленными целями и задачами предприятия;

разработка требований к взаимодействию процесса обслуживания гостей с другими бизнес-процессами предприятия;

разработка и оценка эффективности ценовой политики предприятия;

оценка производственных и непроизводственных затрат на обеспечение качества продукции питания;

*научно-исследовательская деятельность:*

разработка конкурентоспособных на мировом рынке высокотехнологичных производств продуктов питания;

*маркетинговая деятельность:*

проведение маркетинга и подготовка бизнес-планов выпуска и реализации перспективной и конкурентоспособной продукции;

разработка и оценка эффективности ценовой политики предприятия в целях определения путей ее совершенствования;

разработка требований к маркетинговой стратегии деятельности предприятия на основе маркетинговой информации;

формирование маркетинговой стратегии развития, программ продвижения и эффективного управления брендами, конкурентоспособных концепций, направленных на повышение продаж продукции;

контроль за реализацией маркетинговых планов и программ;

оценка рисков в области маркетинговой деятельности предприятия питания.

## **МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Дисциплина «Маркетинг и логистика в общественном питании» включена в базовую (вариативную) часть профессионального цикла обязательных дисциплин учебного плана программы магистратуры.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении курсов: «Оптимизация технологических процессов общественного питания», «Бизнес-планирование предприятия питания», «Продвижение (PR) предприятия питания».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении курса «Проектная деятельность в общественном питании».

## **ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЁННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП**

Результаты освоения ООП: формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры
ПК-2 - способность анализировать и оценивать информацию, процессы, деятельность, идентифицировать проблемы при управлении производственными и логистическими процессами, оценивать риски в области снабжения, хранения и движения запасов	Знает: основные операции, функции и этапы логистического процесса, виды рисков в логистике. Умеет: выявлять проблемы в управлении логистическим процессом. Владеет: методами планирования запасов, выбора поставщиков.
ПК-6 - готовность контролировать степень достижения целей и выполнения задач в части логистических процессов на предприятии, устанавливать и определять приоритеты в области управления процессами продаж	Знает: функциональные области, элементы и процессы логистики. Умеет: формулировать задачи для реализации логистической стратегии предприятия. Владеет: методами определения приоритетов в управлении продажами.
ПК-8 - способность устанавливать и определять приоритеты в стратегии развития предприятия, в его финансовой и логистической деятельности	Знает: значение логистической стратегии. Умеет: определять приоритеты в стратегии развития. Владеет: определением приоритетов в логистической деятельности.

ПК-25- готовность определять приоритеты в области управления маркетинговой деятельностью предприятия питания и управлять информацией в области маркетинговой деятельности предприятия питания	Знает: виды маркетинговой информации. Умеет: определять приоритеты в управлении маркетинговой деятельностью в условиях конкурентной среды. Владеет: управлением маркетинговой информацией.
ПК-26 - способность анализировать и оценивать информацию, процессы, деятельность предприятия, риски	Знает: методы сбора информации о потребителях, о конкурентах, о макросреде. Умеет: анализировать и оценивать информацию, риски развития рынков. Владеет: оценкой рисков
ПК-27 - способность разрабатывать методики, показатели, критерии и меры по повышению эффективности маркетинговой деятельности, оказывать влияние на маркетинговую деятельность предприятия питания	Знает: показатели и критерии оценки эффективности маркетинговой деятельности. Умеет: рассчитывать показатели эффективности маркетинга. Владеет: принятием решений, влияющих на маркетинговую деятельность.
ПК-28 - способность планировать контроль разработки и реализацию маркетинговых мероприятий, идентифицировать и определять проблемы при управлении маркетинговой деятельностью	Знает: сущность стратегического контроля маркетинга и его планирования, аудит маркетинга. Умеет: определять проблемы управления маркетинговой деятельностью предприятия. Владеет: методами контроля реализации маркетинговых мероприятий.

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Тема 1. Взаимодействие маркетинга и логистики в управлении спросом на рынке предприятий общественного питания*

Роль маркетинга и логистики в повышении конкурентоспособности предприятия общественного питания. Маркетинговая и логистическая стратегии – элементы стратегического планирования предприятия общественного питания. Назначение и содержание логистической и маркетинговой стратегии предприятия общественного питания. Взаимодействие функций маркетинга и логистики в реализации корпоративной стратегии предприятия общественного питания.

### *Тема 2. Сущность стратегического маркетинга*

Стратегический и операционный маркетинг – два направления активности предприятия общественного питания. Содержание процессов стратегического и операционного маркетинга. Содержание маркетинговых исследований рынка, маркетинговых информационных систем. Анализ портфеля направлений деятельности предприятия общественного питания. Выбор стратегии маркетинга: стратегии развития, конкурентной стратегии, стратегии международного развития. Методы анализа рисков: технологических, коммерческих.

### *Тема 3. Стратегические решения по выпуску новой продукции и её выводу на рынок*

Инновационные продукты предприятия общественного питания, их назначение для потребителей и для предприятия. Принятие стратегических решений по выпуску новой продукции предприятием общественного питания. Оценка рисков. Принятие стратегических решений по выбору каналов сбыта (месту расположения) продукции и услуг предприятия обще-

ственного питания. Организация сетевого бизнеса. Принятие стратегических решений по ценообразованию, выбор метода определения цен на продукции предприятия общественного питания. Принятие стратегических решений по маркетинговым коммуникациям: рекламе, стимулированию сбыта, публич рилейшнз, личным продажам. Разработка бюджета маркетинга предприятия общественного питания.

#### *Тема 4. Сущность логистики и уровни её развития*

Сущность логистики, основные задачи и принципы логистики, эволюция её развития. Функциональные области логистики. Элементы логистики. Спрос – экономическая база логистики. Поток как объект логистического управления. Виды потоков: материальные, сервисные, транспортные, информационные, финансовые.

#### *Тема 5. Управление закупками*

Сущность закупок в рыночной экономике. Применение понятий «закупки» и «материально-техническое снабжение». Основные операции закупок на предприятии общественного питания. Роли участников процесса закупок на его этапах. Критерии выбора поставщиков предприятием общественного питания. Традиционная система снабжения и система «Точно в срок»: преимущества и недостатки. Организация хозяйственных связей предприятием общественного питания. Организационная структура службы закупок (материально-технического снабжения) предприятия общественного питания, его взаимодействие с другими службами. Разработка плана закупок (материально-технического снабжения).

#### *Тема 6. Управление запасами*

Запасы как экономическая категория. Классификация запасов. Основные виды рисков в управлении запасами. Нормирование и планирование производственных и сбытовых запасов на предприятии общественного питания. Основные системы управления запасами: система управления запасами с фиксированным размером заказа, система управления запасами с фиксированным интервалом времени.

Издержки создания и хранения запасов на предприятии общественного питания.

#### *Тема 7. Управление транспортировкой*

Транспортировка как ключевая логистическая функция. Особенности транспортировки сырья и готовой продукции для предприятия общественного питания. Основные способы транспортировки: унимодальные, смешанные, комбинированные. Внедрение мультимодальных и интермодальных перевозок на рынке предприятий общественного питания. Грузовые терминалы и их роль в формировании современных транспортных коридоров.

#### *Тема 8. Распределительная логистика*

Содержание распределительной логистики, основные логистические операции распределения готовой продукции. Взаимосвязь операционного маркетинга и распределительной логистики. Определение приоритетов в управлении продажами.

#### *Тема 9. Логистические системы. Уровень логистического сервиса на предприятиях общественного питания*

Понятие логистической системы, виды логистических систем. Понятие логистической цепи и логистического канала. Принципы проектирования логистических систем. Факторы формирования логистической системы. Формирование логистической системы предприятия общественного питания. Оптимизация затрат на логистику. Показатели оценки логистического сервиса.