**Аннотация учебной дисциплины**

**ОП.11 БРЕНДИНГ**

* 1. **Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины «Брендинг» составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании.

* 1. **Место дисциплины в структуре ППССЗ:**

Учебная дисциплина «Брендинг» входитвпрофессиональный цикл и относится к общепрофессиональным дисциплинам среднего общего образования.

Формирование компетенций происходит при изучении любой темы, поскольку все виды компетенций взаимосвязаны. А также дисциплина направлена на формирование общих и профессиональных компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных правовых документов, а также требования стандартов и иных нормативных документов.

ПК 1.1. Анализировать возможности организации по производству продукции общественного питания в соответствии с заказами потребителей.

ПК 1.2. Организовывать выполнение заказов потребителей.

ПК 1.3. Контролировать качество выполнения заказа.

ПК 1.4. Участвовать в оценке эффективности деятельности организации общественного питания.

ПК 2.1. Организовывать и контролировать подготовку организаций общественного питания к приему потребителей.

ПК 2.2. Управлять работой официантов, барменов, сомелье и других работников по обслуживанию потребителей.

ПК 2.3. Определять численность работников, занятых обслуживанием, в соответствии с заказом и установленными требованиями.

ПК 2.4. Осуществлять информационное обеспечение процесса обслуживания в организациях общественного питания.

ПК 2.5. Анализировать эффективность обслуживания потребителей.

ПК 2.6. Разрабатывать и представлять предложения по повышению качества обслуживания.

ПК 3.1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания.

ПК 3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт.

ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией.

ПК 4.1. Контролировать соблюдение требований нормативных документов и правильность проведения измерений при отпуске продукции и оказании услуг.

ПК 4.2. Проводить производственный контроль продукции в организациях общественного питания.

ПК 4.3. Проводить контроль качества услуг общественного питания

* 1. **Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

**Целью** изучения учебной дисциплины является усвоение теоретических знаний в области разработки и применения брендов в организациях общественного питания, приобретение умений их использования в профессиональной деятельности и формирования необходимых умений.

**Задачи освоения учебной дисциплины:**

– освоение ключевых понятий в области брендинга;

– изучение теоретических основ брендинга;

– рассмотрение практических вопросов: анализ целевой аудитории и моделей бренда, его конструирование; управление брендами;

– приобретение умений распознавать торговые знаки, знаки обслуживания, разработки и продвижения брендов.

В результате изучения учебной дисциплины «Брендинг» обучающийся должен **знать/понимать:**

- основные понятия в области брендинга;

-назначение, функции и классификацию товарных знаков, торговых марок, в том числе и собственных;

- нормативно-правовую базу товарных знаков и знаков обслуживания;

-функции, сущность, классификацию, составные элементы и информационное обеспечение брендов.

В результате изучения учебной дисциплины «Брендинг» обучающийся должен **уметь:**

-осуществлять поиск и идентифицировать знаки обслуживания, собственные торговые марки организации общественного питания;

-соблюдать действующее законодательство в области брендинга;

-разрабатывать и продвигать бренды организации общественного питания.

* 1. **Примерный тематический план учебной дисциплины**

Раздел 1.Теоретические основы брендинга

Тема 1.1. Торговые марки и торговые знаки

Тема 1.2. Собственные торговые марки

Тема 1.3. Бренд: функции и классификация

Тема 1.4.Элементы бренда

Тема 1.5. Информационное обеспечение бренда

Раздел 2.Разработка бренда

Тема 2.1. Анализ целевой аудитории бренда

Тема 2.2.Модели бренда

Тема 2.3.Конструирование бренда

Раздел 3.Управление брендом

Тема 3.1.Коммуникации бренда

Тема 3.2. Система управления брендами