**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**«ЛУГАНСКИЙ АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ ИМЕНИ АРХИТЕКТОРА А.С.ШЕРЕМЕТА»**

**МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ОТКРЫТОГО БИНАРНОГО ЗАНЯТИЯ**

**по МДК 02.03.Маркетинг и МДК 03.02. Товароведение продовольственных**

**и непродовольственных товаров**

**Тема: Маркетинговые исследования потребительских свойств молочной продукции и разработка мероприятий по стимулированию сбыта**

Разработчики:

ГулькоМ.В., Цыганок В.Е., преподаватели высшей квалификационной категории

**2020**

Содержание

Пояснительная записка………………………………………………………….3

1.Основные положения открытого бинарного занятия……………………….5

2. Ход занятия……………………………………………………………………9

3.Актуализация знаний………………………………………………………...10

4.Получение и усвоение новых знаний……………………………………….12

5. Закрепление пройденного материала и выдача домашнего задания……..19

Заключение………………………………………………………………………21

Литература……………………………………………………………………… 19

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Цель методической разработки данного бинарного занятия по МДК 02.03. Маркетинг и МДК 03.02. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров – повышение качества педагогической деятельности на основе использования следующих педагогических технологий: информационно-компьютерной, проектной, игрового обучения, личностно-ориентированной технологии и интегрированного развивающего обучения.

Личностная ориентация педагогического процесса, поиск и развитие задатков, являющиеся насущными требованиями к образованию сегодняшнего дня, невозможны без изменения образовательных технологий. Образовательная технология должна способствовать раскрытию личного опыта студента: формированию личностно значимых для него способов учебной деятельности; овладению навыками самообразования. Этим требованиям, полностью отвечают деловые игры - студенческие конференции по различной тематике. Они в совокупности с изучаемыми информационными технологиями и современной информсредой обеспечивают деятельностный подход к обучению, позволяющий быстрее и легче реализовать сверхзадачу – перевод студента в режим саморазвития.

Бинарное занятие позволяет выявить связь различных дисциплин и междисциплинарных курсов, делает обучение целостным и системным Бинарные занятия – одна из форм реализации межпредметных связей и интеграции дисциплин. Это нетрадиционный вид занятия . Занятие по теме ведут два или несколько педагогов- предметников. Бинарное занятие по своей природе является одной из форм проекта

Что может дать бинарное занятие? Естественно качество закрепления изученного материала, лучшую усвояемость учебных элементов, повышение интереса к дисциплине и многое другое, что зависит от непосредственно поставленных целей конкретного занятия. Под влиянием интереса, активнее протекает восприятие учебного материала, острее становится наблюдение, активизируется эмоциональная и логическая память, интенсивнее работает воображение. Бинарное занятие воспитывает у студентов умение пользоваться теоретическими знаниями в разнообразных вариантах, в нестандартных ситуациях.

Для проведения бинарного занятия мы использовали следующие методы обучения: побуждающе-поисковый бинарный метод; дискуссионный метод; ролевая игра – производственная ситуация; метод контроля. При этом были созданы соответствующие социально-психологические, учебно-методические условия для его проведения деловой игры. Все это способствует созданию деловой обстановки и помогает лучшему восприятию учебного материала и формированию компетенций.

Ожидаемый результат: пополнение знаний студентов по данным междисциплинарным курсам, понимание целостности системы образования. Знания по данной теме расширят кругозор будущего специалиста в сфере коммерческой деятельности и дадут возможность принимать самостоятельные решения в реальных производственных ситуациях. В процессе проведения занятия формируются коммуникативные умения, ответственность за работу в команде, профессиональные интересы и предпочтения, а также общие и профессиональные компетенции.

Данная форма организации обучения позволяет значительно повысить эффективность обучения. Она обеспечивает систему действенных обратных связей, что способствует развитию личности, самореализации не только студентов, но и преподавателей, принимающих участие в разработке бинарного занятия-игры. Им предоставляются новые возможности осмысления собственного опыта, совершенствования своего профессионального мастерства, дальнейшего углубления педагогического сотрудничества, направленного на укрепление междисциплинарных связей, выработку единства требований, что, в конечном счете, способствует оптимизации учебного процесса на основе его информатизации.

**1.Основные положения открытого бинарного занятия**

по МДК 02.03.Маркетинг и МДК 03.02. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров

**Тема:** Маркетинговые исследования потребительских свойств молочной продукции и разработка мероприятий по стимулированию сбыта

**Специальность**: 38.02.04. Коммерция (по отраслям)

**Курс:** 3

**Группа:** К-9-31

**Вид занятия**: занятие-практикум

**Формируемые компетенции:**

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК 3.4. Классифицировать товары, идентифицировать их ассортиментную принадлежность, оценивать качество, диагностировать дефекты, определять градации качества.

ПК 3.5. Контролировать условия и сроки хранения и транспортирования товаров, обеспечивать их сохраняемость, проверять соблюдение требований к оформлению сопроводительных документов.

ПК 3.6. Обеспечивать соблюдение санитарно-эпидемиологических требований к товарам и упаковке, оценивать качество процессов в соответствии с установленными требованиями.

ОК 4-осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач;

ОК 6 – работать в коллективе, команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;

ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство, обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

**Цели занятия:**

**Образовательная:**

Закрепить, систематизировать теоретические знания по пройденным темам;

Сформировать специальные умения и навыки по определению качества молочных продуктов.

**Воспитательная**:

воспитывать у студентов чувство ответственности за результаты труда,проявлять стабильный и устойчивый интерес к выбранной профессии, отработка навыков работы в команде.

**Развивающая:**

Развитие коммуникативных навыков и формирование организаторских способностей, умений оценивать, анализировать, формулировать выводы.

**Методическая цель:** создание условий для формирования знаний,развития способностей; воспитания качеств личности студентов.

**Форма занятия**:деловая игра-конференция

**Время:** 80 мин.

**Методы обучения:**

Побуждающе - поисковый бинарный метод;

Дискуссионный метод;

Ролевая игра – производственная ситуация;

Метод контроля

**Используемые педагогические технологии:**

Информационно-компьютерные технологии;

Проектные технологии;

Технология игрового обучения ;

Личностно-ориентированные технологии;

Технология интегрированного развивающего обучения

**Междисциплинарные связи:**

Обеспечивающие: ЕН.02.Информационные технологии в профессиональной деятельности, ОП.08.Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия, МДК.03.01. Теоретические основы товароведения

Обеспечиваемые: МДК 01.01 Организация и технология коммерческой деятельности, МДК.01.02. Организация торговли, МДК 01.03. Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда, МДК.03.01. Теоретические основы товароведения

**Учебно-методическое оснащение занятия:**

1.Дидактический материал:

1.1. План занятия (ход и конспект)

1.2.Иллюстрационно-наглядный материал: Компьютерная презентация по теме: Маркетинговые исследования потребительских свойств молочной продукции и разработка мероприятий по стимулированию сбыта

2.Технические средства обучения: компьютер, мультимедийная установка.

**Технологическая карта занятия**

Таблица 1.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Этап занятия | Дидактическая задача занятия | Содержание этапа | Время, мин | Методы обучения |
| 1.Организационный момент | Подготовить студентов к работе на занятии | Взаимные приветствия, отметка в журнале присутствующих, организация  внимания | 3 |  |
| 2.Мотивация учебной деятельности | Организовать и направить к цели подготовительную деятельность студентов | Сообщение темы, целей и задач занятия, Обоснование профессиональной значимости занятия и постановка перед студентами учебной  проблемы. Сообщение об основных этапах занятия и условиях получения оценок | 3 | Проблемно-поисковый  Словесный |
| 3.Активизация знаний | Подготовить студентов к изучению нового материала | Проверка домашнего задания и повторение опорных знаний | 5 | Проблемно-поисковый |
| 4. Этап усвоения новых знаний | Маркетинговые исследование значимости молочных продуктов | Проведение конференции Показ презентации | 55 | Информационнокомуникативный  Наглядный  Практический |
| 5. Этап проверки понимания студентами нового материала | Установить усвоение студентами отличительных особенностей различных видов молочной продукции | Подводятся итоги всех выступлений Студентов (беседа) и предлагается  ответить на вопросы по теме. | 7 | Словесный  Наглядный  Практический |
| 6.Домашнее задание | Сообщить студентам о домашнем задании | Информация о домашнем задании | 2 | Практический |
| 7.Подведение итогов | Подвести итоги урока | Характеристика работы студентов  Анализ достижения  целей и задач занятия совместно  со студентами; разбор ошибок;  выставление оценок. | 5 | Словесный |

**2. Ход занятия**

**2.1.Организационный момент.**

**Преподаватели-модераторы** приветствуют студентов, отмечают отсутствующих, проверяют готовность к занятию. Студенты приветствуют преподавателя, дают сведения об отсутствующих, готовят все необходимое к занятию

**2.2.Постановка целей и задач занятия. Мотивация учебной деятельности**

2.2.1. Сообщение темы и целей занятия

**Модератор1:** Сегодня мы познакомимся с одним из важнейших продуктов питания, созданным самой природой – молоком и продуктами, изготовленными на его основе, узнаем их пищевую ценность, научимся классифицировать товары, идентифицировать их ассортиментную принадлежность, контролировать условия и сроки хранения, транспортирования, обеспечивать их сохраняемость, анализировать спрос и потребительские предпочтения населения. Для проведения данного занятия будут использованы результаты исследований, которые проводились студентами специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) - членами рисёч-групп (технолог, маркетолог, лаборант, эксперт). Остальные участники практического занятия-конференции являются представителями группы потребительских предпочтений и активными участниками обсуждения ассортимента молочной продукции ТМ «Станица», её потребительских свойств и маркетинговых мероприятий, направленных на стимулирование сбыта и увеличение роста продаж данной торговой марки. Данные исследования проводились в период прохождения производственной практики по заказу администрации ООО ТМ «Станица». Знания и навыки, приобретенные в ходе выполнения работы помогут будущим специалистам в сфере коммерческой деятельности, успешно решать задачи определения потребности и обеспечения населения молочными товарами высокого качества.

2.2.2. Мотивация

Сообщение студента на тему « История и значение употребления молока и молочных продуктов»

**Модератор2:** Молоко в течение многих тысячелетий используется человеком с первых дней жизни до глубокой старости. С давних времён молоко считалось продуктом, обладающим целебными свойствами. В Древнем Египте использовали молоко ослиц для лечения многих болезней. В Древней Греции отдавали предпочтение козьему и коровьему молоку, как лучшему лекарству. Уже с 17 века свежее молоко стали применять в качестве лечебно-профилактического средства при болезнях нервной системы, желудочно-кишечного тракта, подагры, малокровия и использовали как противоядие. Им лечили сердечно-сосудистую недостаточность, бронхит, плеврит, бронхиальную астму, гастрит, ожирение, болезни почек и печени.

**3.Актуализация знаний.**

**Решить кроссворд.**

Необходимо ответить на вопросы кроссворда

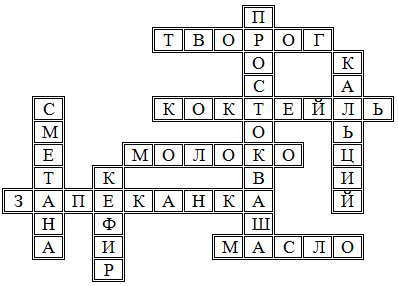
**Модератор1:** Разгадывание кроссворда.

По горизонтали:

1. Кисломолочный продукт, необходимый для укрепления костной системы человека.
2. Напиток из смеси различных продуктов.
3. Самый ценный продукт питания для новорожденных.
4. Как называется творожный пирог, приготовленный в духовке?
5. В народе говорят, что этим продуктом кашу не испортишь.

По вертикали:

1. С каким молочнокислым продуктом блинчики будут еще вкуснее?
2. Что нужно пить на ночь, чтобы лучше работал кишечник?
3. Как называется продукт, когда прокисает молоко?
4. Какой важный макроэлемент содержится в твороге?



**Модератор2:** Ежедневно миллионы покупателей приобретают в магазинах продукты питания, но зачастую, не каждый остается доволен покупкой. И, как вы понимаете, от высокой профессиональной подготовки работников коммерческой сферы зависит репутация торгового предприятия, в котором они работают. Поэтому сегодня предлагаем вам поучаствовать в деловой игре в форме конференции. Во время игры вам понадобятся знания не только товароведения, и маркетинга, но и других общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Решая различные производственные ситуации, вы получите возможность представить себя технологами, маркетологами, аналитиками или требовательными клиентами, желающими приобретать только продукцию высокого качества.

Предприятие, на базе которого проводились исследования, для конференции выбрано не случайно, его продукция соответствует теме – Маркетинговые исследования потребительских свойств молочной продукции и разработка мероприятий по стимулированию сбыта, оно расположено на территории Луганска и пользуется доверием огромного количества луганчан и жителей Республики. Это Общество с ограниченной ответственностью «Станица». Казалось бы, зачем и без того успешному предприятию – производителю нести дополнительные расходы, проводить маркетинговые исследования, придумывать что-то новое? Но именно законы маркетинга говорят нам о необходимости ориентироваться на потребителя, изучать и на высоком уровне удовлетворять его запросы и предпочтения, опережать конкурентов, завоёвывать внимание как можно большего количества потенциальных покупателей, при этом сохраняя доверие уже имеющейся аудитории постоянных клиентов. Данное практическое занятие-конференция базируется на глубоких специализированных исследованиях, произведённых по заказу руководства ТМ «Станица», и призвано установить и подтвердить (или опровергнуть) особую пищевую ценность продукции данного предприятия, оценить её потребительские свойства, спрос, наметить пути завоевания новых рынков.

**4.Получение и усвоение новых знаний.**

**Модератор1:**

– Дорогие участники конференции! Ни для кого не секрет, ООО «Станица» — современная и успешно развивающаяся компания. И сегодня на нашу практическо-исследовательскую конференцию приглашены члены рисёч-групп, проводивших детальные исследования с профессиональной точки зрения, а также группа потенциальных покупателей, которые будут оценивать представленную информацию ведущих специалистов для решения вопроса, касающегося дальнейшего перспективного развития продукции ООО ТМ «Станица» да и самого предприятия в целом. Было время, когда данное предприятие владело большей частью рынка, то есть занимало монопольное положение. С 2014 года в Луганск завозятся импортные молочные продукты высокого качества из РФ и Беларуси, причем по вполне приемлемым для луганчан ценам, кроме того, достаточно широкое развитие получили частные фермерские хозяйства, чья молочная продукция также пользуется стабильным спросом населения. Также, искусственно пытаются снизить спрос приверженцы теорий о вреде молочных продуктов. Поэтому, чтобы с одной стороны получить ответ на вопрос «А нужно ли употреблять молочную продукцию?», а с другой стороны - сохранить конкурентные преимущества ТМ «Станица» в будущем, мы выслушаем результаты исследований и мнения специалистов, работавших в рисёч-группах по определённым направлениям. Итак, мнение технолога.

**Технолог:** Общеизвестно, что молочная промышленность выпускает в продажу молоко, сливки, кисломолочные продукты: кефир, простоквашу, ряженку, ацидофилин, йогурт, также сметану, творог, творожные сырки, различные сорта мороженого, сухое молоко, которые изготавливают из цельного или обезжиренного молока. Предприятие ООО ТМ «Станица» оснащено современной техникой: машины – автоматы, агрегаты для пастеризации, охлаждения, хранения, розлива молока. Уровень автоматизации достаточно высок, все процессы осуществляются без прикосновения рук. А управляют процессами профессионалы высокого уровня.

**Представитель группы потребительских предпочтений :**

Современный уровень технической оснащённости - это хорошо, но есть ли в вашей химической лаборатории данные о составе и калорийности различных видов молока, ведь среди ученых и врачей-диетологов постоянно продолжаются споры о пользе молока. Так кто же прав? Может столь любимые нами молочные продукты не очень-то и полезны, или, ещё хуже - вредны?

**Технолог**

Сотрудниками лаборатории опытным путём выяснено, что в молоке содержатся все питательные вещества, необходимые для правильного развития человеческого организма .

Наиболее ценной частью молока являются полноценные белки (казеин и сывороточные белки), которые усваиваются на 98 %. Они содержат необходимые для человека аминокислоты.

Основным углеводом молока является молочный сахар или как его еще называют по-другому – лактоза. Свойство лактозы сбраживаться широко используется при изготовлении молочных продуктов, сыров и др.

Основными представителями минеральных веществ являются кальций, калий, магний, натрий, железо, йод и др. Среди витаминов преобладают водорастворимые гр.В, С, РР, а жирорастворимые – А и Д содержатся в основном в жировых молочных продуктах (масло, сыр и др.).

Наибольшее количество витамина А - в летнем молоке. Жир молока благодаря своему химическому составу и низкой температуре плавления относится к наиболее полноценному и легко усваиваемому; он находится в молоке в виде мельчайших шариков. Цельное, неснятое молоко должно содержать не менее 3,2% жира. При хранении молока жировые шарики поднимаясь, образуют слой сливок.

Химический состав молока разных видов и пород животных может варьироваться в зависимости от условий их кормления. Вашему вниманию представлена таблица, отражающая химический состав молока, при этом следует отметить, что по калорийности на первом месте стоит оленье молоко, затем – овечье, буйволиное. Коровье молоко – стоит на шестом месте, хотя чаще всего употребляют и перерабатывают именно его.

**Технолог:** считаю и придерживаюсь такого мнения, что необходимо продолжать выпуск молочной продукции нашего предприятия, увеличив и расширив его ассортимент, не боясь конкуренции. А что нам скажут представители биохимической лаборатории?

**Лаборант:** Биохимики считают,что во многих случаях непереносимость молока вызывает лактоза – форма сахара, находящаяся в молоке. Кроме того, ряд людей не усваивают молочный жир, но молочные продукты пониженной жирности и обезжиренное молоко не приносят вреда организму. Наша лаборатория считает уместным продолжать употреблять в пищу молоко и различные молочные продукты, расширяя их ассортимент. Поэтому, если нет индивидуальной непереносимости молочных продуктов, то в пищу их употреблять можно, тем более, что в продажу допускается молоко, прошедшее пастеризацию и стерилизацию.

**Представитель группы потребительских предпочтений**

А чем отличается пастеризация и стерилизация молока?

**Технолог**

**Пастеризованное молоко** получаем,нагревая сырое молоко в течение15-20секунд при температуре 75-85°С.

Молоко коровье пастеризованное подразделяется на:

**1.Натуральное** – не обезжиренное молоко,не содержащее каких-либопримесей. Оно служит сырьем для выработки остальных видов молока.

**2.Цельное** –содержит молочного жира2,5- 3,2%.

**2.1**Цельное натуральное молоко может быть **нормализованное** — это молоко, содержание жира в котором доведено до нормы 2,5-3,2 % (его нормализуют либо обезжиренным молоком или сливками)

**2.2.восстановленное** —молоко с содержанием жира2,5-3,2 % ,полученное при добавлении воды к сухому или сгущенному молоку для восстановления специфического соотношения сухих веществ и воды.

**3.Повышенной жирности** –молочного жира–до6% (добавляют сливки).

**4.Белковое** –жира–до2,5%,белка–до5,5%,получают из смеси цельного и сухого обезжиренного молока.

**5.Нежирное молоко** –жира не более0,05%,получают удалением сливок

–сепарированием.

**6.Витаминизированное** –добавляют в цельное молоко витамин С(100мг на 1 кг).

7**.** **Топленое** – получают томлением пастеризованного молока в закрытых емкостях в течение 3-4 часов при температуре 95-99°С.

Пастеризованное молоко относится к скоропортящимся продуктам. Его хранят при температуре до 8°С не более 36 ч с момента окончания техпроцесса.

Молоко относится к скоропортящимся продуктам. Его хранят при температуре до 8°С не более 36 ч с момента окончания техпроцесса.

**8.Ионитное** –с пониженным содержанием кальция (для детей).

**9.Стерилизованное** молокополучаем,нагревая молоко в условиях, при которых обеспечивается уничтожение не только бактерий, но и их спор. Стерилизуем молоко при повышенном давлении в течение до 10 секунд при температуре 125-145°С. Для того чтобы предотвратить отстаивание сливок и повысить усвояемость молока, перед стерилизацией, проводится гомогенизация (размельчение жировых шариков). После стерилизации молоко охлаждается, а затем фасуется. В этом случае стерилизация может нарушаться. Поэтому проводят повторную стерилизацию.

Таким образом, я присоединяюсь к мнению ранее выступавших - за продолжение выпуска различных молочных продуктов, соблюдая все технологические нормы и правила техники безопасности при переработке молока.

Только качеством, и очень высоким, мы можем заставить сохранить постоянных клиентов и приобрести новых.

**Маркетолог:** Согласен, ассортимент молочных продуктов необходимо постоянно расширять за счёт внедрения в производство новых компонентов и технологических процессов с целью обеспечения требований к качеству продуктов. Основными показателями качества пищевых продуктов, являются их безопасность для здоровья человека, питательная ценность и стабильность при хранении. Качество молочной продукции формируется под влиянием комплекса факторов, при строгом соблюдении производителем заявленных показателей состава и потребительских свойств продукции.

**Модератор2:**Что скажет отдел по контролю качества продукции ТМ «Станица»?

**Эксперт:** Контроль качества молока питьевого всех видов осуществляют по ходу технологического процесса и в конце его - готового продукта. Каждый конкретный вид молока питьевого по органолептическим, санитарно-гигиеническим и физико-химическим показателям должен отвечать требованиям соответствующих нормативных документов, действующих на момент производства.

**Модератор1:** Позиция всех участников рисёч-группы по поводумолока понятна. А что по поводу сливок? На сколько актуален и выгоден запуск линии по производству сливок, осуществлённый в текущем году?

**Технолог:** Всем известно,что сливки—это наиболее жирнаячасть молока: из 350 г свежего молока вырабатывается лишь **100** **г** сливок, энергетическая ценность которых 118-337 ккал. Вырабатываются сливки натуральные, полученные путем сепарирования цельного коровьего молока на сепараторе - сливкоотделителе, и восстановленные — из сухих сливок. В зависимости от тепловой обработки выпускают сливки пастеризованные, стерилизованные и взбитые. Взбитые пастеризованные сливки выпускают с добавлением сахара, какао, ванилина, плодово-ягодных сиропов, подвергнутых взбиванию. В реализацию поступают сливки жирностью 10% , 11%, 20%, 22%, 33% и 35%. Для детей выпускают сливки детские жирностью 10%.

Качество сливок должно отвечать следующим требованиям стандарта: вкус, запах, чистые с выраженным привкусом пастеризации, без посторонних привкусов и запаха; консистенция однородная без сбившихся комков жира и хлопьев белка; цвет белый с кремовым оттенком. В продажу не допускаются сливки с дефектами: горький, прогорклый кормовой привкус и тягучая консистенция. Сливки поступают в продажу только фасованными.

**Технолог:** На сегодняшний день ТМ «Станица», кроме молока и сливок производит широкий спектр кисломолочных продуктов.

Кисломолочные продукты–это продукты,вырабатываемые сквашиванием молока или сливок чистыми культурами молочнокислых бактерий с добавлением или без добавления дрожжей и уксуснокислых бактерий. Кисломолочные продукты относятся к продуктам биотехнологий.

**Модератор2:** Спасибо уважаемые коллеги! А каково мнение маркетологов? Есть ли данные вашего отдела о потребительских предпочтениях нашей продукции?

**Маркетолог:** Да, есть. Сейчас на прилавках луганских магазинов можно обнаружить свыше 20 наименований кисломолочных продуктов ТМ «Станица» Однако, они употребляются неравномерно. Приведенные ниже данные показывают структуру потребления видов кисломолочных продуктов населением Республики.

На вопрос: какие кисломолочные продукты Вы употребляете в пищу, чаще

всего? Ответы были такими:

1.Йогурт - 53 %;

2.Кефир - 15 %;

3.Ряженка- 11 %;

4. Простокваша-4%

5.Другие – 14%;

6.Не употребляю – 3%.

Таким образом, наибольшей популярностью среди луганчан пользуются кефир и йогурт, - самые доступные и известные.

Наибольшей популярностью йогурт пользуется у женщин и молодежи, (70% потребителей в Республике), среди населения старшей возрастной группы и жителей сел практически никто не употребляет йогурт в пищу постоянно. Это связано с низким уровнем дохода пенсионеров и наличием молочных продуктов собственного производства у сельского населения.

Самые популярные йогурты – традиционные: фруктовые и ягодные, хотя появились и йогурты с овощными добавками, сухофруктами, воздушным рисом,

злаками, шоколадом. Наполнители йогуртов обычно состоят из фруктов, ягод, сиропа, глюкозы, сахара, воды, стабилизаторов, эмульгаторов, регуляторов кислотности, а также красителей и искусственных ароматизаторов.

Традиционные для славян молочные продукты - ряженка и простокваша - пользуются популярностью в основном среди сельских жителей и населения небольших городов. Причем ряженку предпочитают в основном женщины, а простоквашу - мужчины. В отличие от простокваши, ряженка также пользуется определенной популярностью у жителей больших городов. Практически не пользуется популярностью среди опрошенных сыворотка.

На вопрос: какие производители кисломолочных продуктов Вас привлекают, чаще всего?

Ответили:

1. ТМ «Станица»-35%;

2. ТМ Домик в деревне 25 %;

3. ТМ Славянские традиции– 20 %;

4. ТМ Бурёнка – 14 %;

5. Другие -6 %.

**Модератор1:** все участники конференции убедились в полезности и высоком качестве продукции исследуемого предприятия, но, как известно, жизнь не стоит на месте и каждый новый день предъявляет новые требования даже к самому востребованному товару, в связи с этим прошу осветить маркетинговые мероприятия, которые были проведены ТМ «Станица» за исследуемый период и обрисовать перспективные маркетинговые ходы, которые приведут к получению конкурентных преимуществ

**Маркетолог** за анализируемый период специалисты отдела маркетинга разработали рядмероприятий по стимулированию сбыта нашей продукции: изготовлен каталог продукции, выпущены рекламные буклеты, а также книга диетического питания, основанная на рациональном потреблении молочных и кисломолочных продуктов, выпускаемых ТМ «Станица». Кроме того, специалисты уделили огромное внимание очень перспективному во всём мире направлению «Детский маркетинг», в ходе разработки которого были выпущены продукты детского питания для самых маленьких; усиленные витаминным комплексом молочные и кисломолочные продукты для детей школьного возраста; низкокалорийные молочные коктейли для подростков; йогурты, обогащённые кальцием, для ребят, занимающихся спортом. Также был существенно изменён дизайн упаковки детской продукции, она стала более яркой и привлекательной. В ближайшем будущем планируется проведение для детей дегустаций новых сортов мороженого, проведение конкурсов рисунков, посвящённых ТМ «Станица» в которых призеры будут награждены подарками, все остальные участники - поощрительными призами, а рисунок победителя будет размещён на обложке одного из новых видов продукции для детей. Для постоянных клиентов, имеющих детские скидочные карты, предусмотрены сезонные подарки: весной – зонты, осенью - канцтовары, зимой - ёлочные игрушки, летом - кепки, естественно, всё это- с логотипом ТМ «Станица».

**Представитель администрации ТМ «Станица»:** Спасибо всем за хорошую работу. Из ваших исследований можно сделать вывод о том, что у нас есть как предпосылки, так и ресурсы для дальнейшего успешного развития предприятия, а главным стимулом для нас будет любовь и доверие покупателей, забота об их здоровье и привлечение новой клиентской аудитории.

**5. Закрепление пройденного материала и выдача домашнего задания.**

**Модератор2:** Спасибо,уважаемые студенты,за проведенную содержательную работу. В результате исследования мы узнали много нового о молоке и молочных продуктах. Для закрепления полученных знаний предлагаем вам ответить на следующие вопросы викторины.

Вопросы викторины:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Кол-во баллов** | Вопрос | Ответ | |
| Молоко и сливки | | | |
| 1 | Этот продукт нельзя назвать диетическим, ведь жира в нем от 10 до 35% | Сливки | |
| 2 | В производстве мороженого нельзя обойтись без этого переработанного молочного продукта. Что это? | Сухое молоко | |
| 3 | Фруктоза, глюкоза, лактоза, сахароза. Какой из этих сахаров содержится в молоке? | Лактоза – молочный сахар | |
| 4 | Именем этого французского ученого назван способ обработки молока? | Луи Пастер (пастеризация) | |
| Кисломолочные напитки | | | |
| 1 | Она бывает обыкновенная, мечниковская, Южная, а также ряженка и варенец. Что это? | Простокваша | |
| 2 | Смешанное брожение состоит из молочнокислого и … Какого? | Спиртового | |
| 3 | Молоко + закваска «болгарская палочка» + кусочки фруктов. Что получается? | Йогурт | |
| Творог и сметана | | | |
| 1 | Они бывают детские и глазированные, с изюмом и с курагой. Что это? | Творожные сырки | |
| 2 | Во всем мире, кроме России, этот продукт называют «русские сливки». Что это? | Сметана | |
| 3 | Чтобы получить суточную норму кальция, необходимо съедать его по 100 грамм. Что это? | Творог | |
| 4 | При хрупкости костей и частых переломах врачи рекомендуют творог. Какое минеральное вещество помогает? | Фосфор | |
| «Пейте, дети, молоко…» | | | |
| 1 | Какие реки с какими берегами описаны в русских народных сказках? | | Молочные реки, кисельные берега |
| 2 | О чем говорил Павлов? «Это изумительная пища, создана самой природой» | | О молоке |
| 3 | От какой музыки коровы дают больше молока, а от какой меньше? | | Больше – от классической, меньше – от рока |
| 4 | Если вместо чернил писать молоком, то написанное не будет видно. А как «проявить» этот текст? | | Нагреть, например прогладить утюгом |

Запишите домашнее задание:

1.Используя учебник товароведения и другие источники, заполнить таблицу «Диетические кисломолочные напитки»-Методические указания для внеаудиторной самостоятельной работы студентов;

2.Самостоятельно изучить и законспектировать вопрос «Молочные консервы и сухие молочные товары, эффективные пути их реализации на рынке»

3.Подготовиться к тестированию по теме «Молочные товары».

Литература: Новикова А.М. Товароведение и организация торговли продо-вольственными товарами, с.213-226.

4.Басовский Л. Е. Маркетинг. Учебное пособие для СПО – М.: Инфра-М, 2014.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Данная методика проведения бинарного занятия – конференции способствует пониманию студентами важности междисциплинарных связей и наличия неразрывной взаимосвязи теоретического и практического обучения: МДК 02.03.Маркетинг и МДК 03.02. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров с производственной практикой.

Эффективность данного занятия обусловлена тем, что раскрепощённость формы, увлекательность игры усиливает плодотворность поисковой деятельности студентов. Актуальность деловой игры обусловлена возможностью использования инновационных методов обучения: интерактивных технологий обучения, технологий проектного обучения и компьютерных технологий.

Участие в деловой игре требует серьезного запаса знаний, навыков самостоятельной работы, умения работать в команде, поэтому целесообразно использовать данную форму занятий на старших курсах, когда студенты имеют определенный научный багаж, и у них в полной мере сформированы осознанные профессиональные умения и навыки, развито чувство ответственности за порученное дело.

**Литература**

1.Новикова А.М. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами: Учебник/А.М. Новикова, Т.С. Голубкина, Н.С. Никифорова, С.А. Прокофьева. – 3-е изд., стер.-М.: Издательский центр «Академия», 2007.

2.Голубенко О.А. Товароведение непродовольственных товаров: учебное

пособие / О.А. Голубенко, Т.С. Носова, В.П. Новопавловская. – М.: ИНФРА –М: Альфа –М, 2010.

3.Коник Н.В. Товароведение продовольственных товаров: учебное пособие

/ Н.В. Коник. – М.: Альфа – М: ИНФРА – М, 2009.

4.Котлер Ф. Основы маркетинга. Учебник для ВУЗов – М.: Прогресс, 2016.

Интернет–ресурсы:http://zolotie-luga.ru/company/, http://tyumenckoe.ru/manufacturers/company/37, http://festival.1september.ru/articles/576283/