

Б1.В.21.ДВ.01.02 История кулинарной продукции

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 час.

Форма промежуточного контроля – зачет.

Цель дисциплины является дать студенту системное представление о исторических основах теории и практики кулинарии, связанных с национальными, религиозными и прочими особенностями различных народов мира, динамикой развития данной отрасли в историческом разрезе, состоянием и перспективами ее развития.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций и индикаторов достижения:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ИД-1УК-6 – Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания

ИД-2УК-6 – Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям

ИД-3УК-6 – Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: основные этапы и закономерности исторического развития общества, методы и приёмы анализа проблем, особенности формальных и неформальных отношений, природу лидерства; основные источники поиска профессиональной информации; новую информацию в области развития потребительского рынка

уметь: самостоятельно анализировать процессы, происходящие в обществе, социально-аналитическую и научную литературу; представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий; систематизировать и обобщать информацию

владеть: навыками критического восприятия информации; навыками осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных; навыками выбора и использования новой информации в области развития потребительского рынка