

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой  
Технологии и организации  
общественного питания

*наименование кафедры*

Т. Л. Камоза

*подпись, инициалы, фамилия*

« 19 » июня 20 18 г.

Торгово-экономический

*институт, реализующий ОПВО*

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой  
Технологии и организации  
общественного питания

*наименование кафедры*

Т. Л. Камоза

*подпись, инициалы, фамилия*

« 19 » июня 20 18 г.

Торгово-экономический

*институт, реализующий дисциплину*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ  
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Дисциплина Б1.В.ОД.7 Продвижение продукции и услуг общественного  
питания

*индекс и наименование дисциплины (на русском и иностранном языке при реализации  
на иностранном языке) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом*

Направление подготовки/специальность 19.03.04 Технология продукции и  
организация общественного  
питания

*код и наименование направления подготовки/специальности*

Направленность (профиль) 19.03.04.01.01 Технология организации  
ресторанного дела

*код и наименование направленности (профиля)*

форма обучения заочная

год набора 2018

Красноярск 20 18

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе 19.00.00 Промышленная экология и биотехнологии

*код и наименование укрупненной группы*

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания

19.03.04.01.01 Технология организации ресторанного дела

*код и наименование направления подготовки (профиля)*

Программу составили

А.С. Попова



*инициалы, фамилия, подпись*

*инициалы, фамилия, подпись*

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины.

Рабочая программа дисциплины «Продвижение продукции и услуг общественного питания» предназначена для обучения бакалавров направления подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организации общественного питания», профиля 19.03.04.01.01 «Технология организации ресторанного дела».

Цель изучения курса «Продвижение продукции и услуг общественного питания» является формирование у бакалавров знаний основ и навыков продвижения продукции и услуг общественного питания, а так же анализа и оценки конкурентоспособности продукции и товарного портфеля предприятия.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины.

Задачи курса:

- изучение студентами основных мероприятий по стимулированию сбыта;
- приобретение студентами навыков анализа рыночных возможностей предприятия;
- освоение студентами практических инструментов продвижения продукции и услуг общественного питания.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

<b>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</b>	
<b>Знать</b>	базовые понятия, характеристики и профессиональные термины, используемые в области контроля процесса продаж внутри и вне предприятия питания; содержание целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг на рынок, которые должны ставиться перед отделом продаж; специфику, анализ и содержание конъюнктуры рынка и товарного портфеля предприятия; стратегические решения в области продвижения продукции предприятия питания.
<b>Уметь</b>	использовать современные научные принципы и методы продвижения продукции и услуг предприятия; применять инструменты комплекса маркетинга для формирования и оценки потребительского спроса на продукцию и услуги предприятия; формировать предложения по содержанию и продвижению продукции на рынок для отдела продаж; самостоятельно обрабатывать и анализировать полученную информацию для разработки стратегии продвижения продукции и услуг предприятия; анализировать конъюнктуру рынка и прогнозировать объем продаж

	продукции; оценивать потребительскую удовлетворенность и анализировать конкурентоспособность продукции. формировать предложения по ценообразованию для отдела продаж; оценить эффект от проведения маркетинговых мероприятий по стимулированию сбыта.
<b>Владеть</b>	инструментами продвижения продукции на рынок; методиками проведения анализа и оценки конъюнктуры рынка; базовыми методами оценки и анализа конкурентоспособности товарного портфеля предприятия; принципами ценообразования; методами оценки эффективности от проведения маркетинговых мероприятий по продвижению продукции и услуг на рынок.
<b>ПК-15: способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию</b>	
<b>Знать</b>	современные источники и методы поиска информации в области развития потребительского рынка; последние методики в области систематизации и обобщении информации о потребительском рынке.
<b>Уметь</b>	использовать современные научные принципы и методы для сбора и анализа информации в области развития потребительского рынка; самостоятельно обрабатывать и анализировать полученную информацию о развитии потребительского рынка.

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина изучается студентами на 5 курсе. Входит в вариативную часть профессионального цикла как обязательная дисциплина Б1.В.ОД.7

Усвоение дисциплины базируется на знаниях, полученных в ходе изучения таких дисциплин как: Экономика предприятия общественного питания, Маркетинг в общественном питании и Управление в индустрии питания.

1.5 Особенности реализации дисциплины.

Дисциплина реализуется на русском языке.

## 2 Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Курс			
		5			
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>2 (72)</b>	<b>2 (72)</b>			
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>0,39 (14)</b>	<b>0,39 (14)</b>			
занятия лекционного типа	0,17 (6)	0,17 (6)			
занятия семинарского типа	0,22 (8)	0,22 (8)			
в том числе: семинары					
практические занятия	0,22 (8)	0,22 (8)			

практикумы					
лабораторные работы					
другие виды контактной работы					
в том числе: курсовое проектирование					
групповые консультации					
индивидуальные консультации					
иные виды внеаудиторной контактной работы					
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1,5 (54)</b>	<b>1,5 (54)</b>			
изучение теоретического курса (ТО)					
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)					
контрольная работа	0, 11 (4)	0,11 (4)			
реферат, эссе (Р)					
повторение лекционного материала					
подготовка к семинарским занятиям					
курсовая работа					
проблемные задания					
работа с рекомендуемой литературой					
поиск учебной информации в интернете					
Тестирование					
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>			

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий).

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час),	Формируемые компетенции
			Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Раздел 1. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка.	1	1		8	ПК-10 ПК-15
2	Раздел 2. Управление товарной политикой на предприятии общественного питания.	1	2		8	ПК-10 ПК-15

3	Раздел 3. Управление ценовой политикой на предприятии.	1	2		7	ПК-10 ПК-15
4	Раздел 4. Управление конкурентоспособностью продукцией в общественном питании	1	1		8	ПК-10 ПК-15
5	Раздел 5. Формирование целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг.	1	1		8	ПК-10 ПК-15
6	Раздел 6. Оценка маркетинговых мероприятий по продвижению продукции.	0,5	0,5		7	ПК-10 ПК-15
7	Раздел 7. Обратная связь с потребителем.	0,5	0,5		8	ПК-10 ПК-15
	Всего:	6	8		54	

### 3.2 Занятия лекционного типа.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в т. ч., в инновационной форме
1	Раздел 1. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка.	Методика построения конкурентной карты рынка. Методика оценки интенсивности конкуренции на рынке. Модель расчета границ олигополии.	1	
2	Раздел 2. Управление товарной политикой на предприятии общественного питания.	Графические и экономико-математические методы оценки товарного портфеля предприятия. Методика анализа продаж продукции предприятия общественного питания.	1	2
3	Раздел 3. Управление ценовой политикой на предприятии.	Этапы процесса ценообразования. Факторы влияющие на формирование цены. Методы ценообразования. Ценовые стратегии.	1	

4	Раздел 4. Управление конкурентоспособностью продукцией в общественном питании.	Методы оценки конкурентоспособности продукции в общественном питании.	1	2
5	Раздел 5. Формирование целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг.	Роль и значение ФОС в сфере современного маркетинга. Элементы системы формирования спроса. Понятие СТИС и сущность стимулирующих мероприятий по стимулированию сбыта услуг в сфере общественного питания. Направления стимулирующих мероприятий. Цели и перечень мероприятий по стимулированию сбыта в отношении потребителя, собственного торгового персонала. Основные этапы традиционной компании по стимулированию продаж.	1	
6	Раздел 6 Оценка маркетинговых мероприятий по продвижению продукции.	Показатели оценки эффективности проведения мероприятий по продвижению продукции предприятия.	0,5	
	Раздел 7. Обратная связь с потребителем.	Методы обратной связи с потребителем.	0,5	
	Всего		6	4

### 3.3 Занятия практического типа.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе, в инновационной форме
1	Раздел 1. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка.	<b>Занятие 1.</b> Построение конкурентной карты рынка. Расчет показателей Герфинделя-Гершмана; Розенблюта; четырёхдольного показателя концентрации рынка; границ олигополии.	1	

2	Раздел 2. Управление товарной политикой на предприятии общественного питания.	<b>Занятие 1</b> Расчет коэффициентов глубины и широты ассортимента. Рассмотрение ABC – анализа; матрицы БКГ; ЖЦТ товара; матрицы Маккинси.	1	2
3	Раздел 3. Управление ценовой политикой на предприятии.	<b>Занятие 1</b> Рассмотрение методов ценообразования: 1. с ориентацией на спрос; 2. с ориентацией на цены и предложение конкурентов; 3. «издержки+прибыль»; 4. метод обеспечения целевой прибыли; 5. метод расчета на основе ощущаемой ценности товара. Изучение стратегий в ценовой политике предприятия: 1. «снятие сливок»; 2. Следование за спросом; 3. Проникновения; 4. Устранения конкуренции.	1	2
4	Раздел 4. Управление конкурентоспособностью продукцией в общественном питании.	<b>Занятие 1</b> Рассмотрение методов оценки конкурентоспособности продукции: метод «зеркала»; экспертные оценки; индекс Буля; модель с идеальной точкой; модель Розенберга; интегральный показатель конкурентоспособности.	2	2
5	Раздел 5. Формирование целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг.	<b>Занятие 1</b> Изучение элементов формирования спроса: реклама, выставки, ярмарки, презентации, «паблик рилейшнз». Рассмотрение основных видов продвижения продукции на рынке: реклама; личные (прямые) продажи; пропаганда (PR, паблисити); стимулирование продаж.	2	2



6	Раздел 6. Оценка маркетинговых мероприятий по продвижению продукции.	<b>Занятие 1</b> Рассмотрение экономических и коммуникативных показателей эффективности продвижения продукции предприятия. Экономические – количественные (рост прибыли предприятия; рост доли рынка; рост объемов реализации). Коммуникативные – количественные (рост числа посетителей, впервые посетивших предприятие; рост числа увидевших, вспомнивших рекламу предприятия); качественные (рост лояльности потребителей и степень достигаемого коммуникативного эффекта).	0,5	
7	Раздел 7. Обратная связь с потребителем.	<b>Занятие 1.</b> Изучение обратной связи с потребителем: - фокус-группа; - дегустации; - горячая линия; - тайный клиент; - анкетирование; - опрос; - корпоративные сайты компаний (форумы, запросы, отзывы, рейтинги, электронная почта); - оценивание «лицом к лицу»; - мониторинг претензий.	0,5	
		Всего:	8	4

### 3.4 Лабораторные занятия

Учебным планом не предусмотрено.

## 4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Фирсенко С.С. Основы маркетинга : учеб.пособие / С.С. Фирсенко, Е.В.Щербенко, О.С. Веремеенко ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2010. – 478 с.
2. Фирсенко С.С. Товарная политика предприятия: учеб.пособие / С.С. Фирсенко, Е.В.Щербенко; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2008. – 278 с.

## **5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

В соответствии с учебным планом итоговой формой контроля усвоения дисциплины «Продвижение продукции и услуг общественного питания» является зачет. Перечень вопросов к зачету приводится в ФОС.

## **6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **6.1 Основная литература.**

1. Иванова С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг [Текст] / С. Иванова. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2014. - 277 с.
2. Маркетинговая политика организаций: теория, методология и практика [Текст] : коллективная монография / О. А. Артемьева [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой ; Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. - 216 с.

### **6.2 Дополнительная литература.**

3. Резник, Г. А. Введение в маркетинг [Текст] : учебное пособие по направлению 080200 "Менеджмент" : соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту 3-го поколения / Г. А. Резник. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2014. - 202 с.
4. Захарова, Ю. А. Стратегии продвижения товаров [Текст] / Ю. А. Захарова. - М.: Дашков и К, 2010. - 157 с.

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Федерация рестораторов и отельеров. – Режим доступа: <http://www.new.frio.ru/>
2. [www.aup.ru](http://www.aup.ru)
3. [www.pitbooks.ru/marketing](http://www.pitbooks.ru/marketing)

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

В рамках изучения дисциплины «Продвижение продукции и услуг в общественном питании» для более глубокого ее освоения студентам рекомендуется самоорганизация учебного процесса с обязательным освоением следующих форм самостоятельной работы. (таблица 8.1)

Таблица 8.1 – Перечень форм самостоятельной работы студентов

Форма СРС	Форма контроля	Обязанности преподавателя
Конспектирование основной учебной и периодической литературы	Контроль во время аудиторного занятия	Рекомендация основного и дополнительного списка литературы
Подготовка к практическим занятиям	Контроль во время аудиторного занятия	Озвучивание задания, предупреждение о контроле на очередном занятии
Самостоятельное решение задач по темам дисциплины	Контроль во время аудиторного занятия	Озвучивание задания, предупреждение о контроле на очередном занятии
Самостоятельное решение контрольной работы	Контроль во время аудиторного занятия	Озвучивание задания, предупреждение о контроле на очередном занятии

## 9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

### 9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

При изучении дисциплины используется следующее программное обеспечение:

- Операционная система: Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лиц сертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный

- Офисный пакет: Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лиц сертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный

- Антивирус: ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лиц. сертификат EAV-0220436634 от 19.04.2018 по 26.04.2019;

- Kaspersky Endpoint Security Лиц. сертификат 13С8-180426-082419-020-1508 от 26.04.2018 по 31.05.2019.

### 9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

1 Электронно-библиотечная система «СФУ» [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающей в фонд СФУ и библиотек-партнеров. – Красноярск, [2006]. – Режим доступа: <http://bik.sfu-kras.ru/>

2 Электронно-библиотечная система Издательства «Лань» [Электронный ресурс]: база данных содержит коллекцию книг, журналов и ВКР. – Санкт-Петербург, [2011]. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>

3 Электронно-библиотечная система eLibrary [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о научных публикациях на русском языке. – Москва, [2000]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

4 Электронно-библиотечная система «iBooks.ru» [Электронный ресурс]: база данных содержит учебную и научную литературу. – Санкт-Петербург, [2010]. – Режим доступа: <http://iBooks.ru>

## **10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего назначения.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, № 2-20 ул. Лиды Прушинской, зд.2	Специализированная мебель, доска учебная, доска Magnetoplan CC 180*120см, трибуна TP-1, экран настенно-потолочный ScreenMedia 274*366, потолочное крепление для проектора L=3000, проектор BenQ SP 870, проектор Epson EB-450 Wi, ноутбук Samsung R528-DA04.
Учебная аудитория для проведения	Специализированная мебель,

<p>занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 3-21 кабинет ресторанный сервиса ул. Лиды Прушинской, зд.2</p>	<p>доска Magnetoplan CC, экран настенно-потолочный Screen Media, потолочное крепление для проектора Wize WPA-S, проектор Optoma DS211, экран рулонный настенный, рабочее место (LG), барная стойка, витрина бескаркасная – 2 шт, стол ресторанный, ноутбук Samsung NP - R528</p>
<p>Учебная аудитория для самостоятельной работы: № 6-21 кабинет информатики ул. Лиды Прушинской, зд.2</p>	<p>Специализированная мебель, доска учебная, экран настенно-потолочный Lumen 153*203, проектор Optoma DS211, персональный компьютер Intel Core 2 Duo E7300в сборе – 13 шт., концентратор Acorp</p>
<p>Зал нормативной литературы и специальных наук отдела обслуживания по торгово - экономическим наукам научной библиотеки библиотечно - издательского комплекса Сибирского федерального университета для самостоятельной работы: № 3-02 ул. Лиды Прушинской, зд.2</p>	<p>Специализированная мебель; МФУ Kyocera TASKalfa 180 (цифр.копир+принтер); Переплётная машина «Термобиндер»; Персональный компьютер Foxconn TLA 397 в сборе; Рабочие место (Intel)Системный блок Intel Celeron D-326J 2.5Монитор 19Samsung9430N-3шт.; КомпьютераKraftwayCredoKC35; Компьютер в сборе ROSCOM AMD2-2 шт.;Принтер HP Laser Jet 1018; Коммутатор L2 48*10/100 TX; Сканер контактный CIPHER для считывания штрихкодов - 2 шт.</p>