

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. И. Камозина

подпись, инициалы, фамилия

« 19 » июня 20 18 г.

Торгово-экономический

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Технологии и организации
общественного питания

наименование кафедры

Т. И. Камозина

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) 19.03.04.02.01 Технология организации ресторанной деятельности

код и наименование направленности (профиля)

форма обучения очная

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

19.03.04.02.01 Технология организации ресторанной деятельности

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 19.03.04.02.01 «Технология организации ресторанной деятельности».

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:

| | |
|---|--|
| 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 | |
| Знать | 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. |
| Уметь | 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. |
| Владеть | 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. |
| ПК-15: способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию | |
| Знать | современные источники и методы поиска информации в области развития потребительского рынка; последние методики в области систематизации и обобщении информации о потребительском рынке. |
| Уметь | 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 в 8 семестре. 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) | Семестр | | | |
|--|--------------------------------------|------------------|--|--|--|
| | | 8 | | | |
| Общая трудоемкость дисциплины | 2 (72) | 2 (72) | | | |
| Контактная работа с преподавателем: | 0,78 (28) | 0,78 (28) | | | |
| занятия лекционного типа | 0,39 (14) | 0,39 (14) | | | |
| занятия семинарского типа | 0,39 (14) | 0,39 (14) | | | |
| в том числе: семинары | | | | | |
| практические занятия | 0,39 (14) | 0,39 (14) | | | |
| практикумы | | | | | |

| | | | | | |
|--|------------------|------------------|--|--|--|
| лабораторные работы | | | | | |
| другие виды контактной работы | | | | | |
| в том числе: курсовое проектирование | | | | | |
| групповые консультации | | | | | |
| индивидуальные консультации | | | | | |
| иные виды внеаудиторной контактной работы | | | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся: | 1,22 (44) | 1,22 (44) | | | |
| изучение теоретического курса (ТО) | | | | | |
| расчетно-графические задания, задачи (РГЗ) | | | | | |
| реферат, эссе (Р) | | | | | |
| повторение лекционного материала | | | | | |
| подготовка к семинарским занятиям | | | | | |
| курсовая работа | | | | | |
| проблемные задания | | | | | |
| работа с рекомендуемой литературой | | | | | |
| поиск учебной информации в интернете | | | | | |
| Тестирование | | | | | |
| Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен) | зачет | зачет | | | |

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. | 2 | 2 | | 7 | ПК-10 ПК-15 |
| 2 | Раздел 2. Управление товарной политикой на предприятии общественного питания. | 2 | 2 | | 7 | ПК-10 ПК-15 |
| 3 | Раздел 3. Управление ценовой политикой на предприятии. | 2 | 2 | | 6 | ПК-10 ПК-15 |

| | | | | | | |
|---|---|----|----|--|----|----------------|
| 4 | Раздел 4. Управление конкурентоспособностью продукцией в общественном питании. | 2 | 2 | | 6 | ПК-10 ПК-15 |
| 5 | Раздел 5. Формирование целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг. | 2 | 2 | | 6 | ПК-10 ПК-15 |
| 6 | Раздел 6. Оценка маркетинговых мероприятий по продвижению продукции. | 2 | 2 | | 6 | ПК-10 ПК-15 |
| 7 | Раздел 7. Обратная связь с потребителем. | 2 | 2 | | 6 | ПК-10 ПК-15 |
| | Всего: | 14 | 14 | | 44 | |

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. | 2 | |
| 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. | 2 | 2 |
| 3 | Раздел 3. Управление ценовой политикой на предприятии. | Этапы процесса ценообразования. Факторы влияющие на формирование цены. Методы ценообразования. Ценовые стратегии. | 2 | |
| 4 | Раздел 4. Управление конкурентоспособностью продукцией в общественном питании. | Методы оценки конкурентоспособности продукции в общественном питании. | 2 | 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. | 2 | |
| 6 | Раздел 6 Оценка маркетинговых мероприятий по продвижению продукции. | Показатели оценки эффективности проведения мероприятий по продвижению продукции предприятия. | 2 | |
| | Раздел 7. Обратная связь с потребителем. | Методы обратной связи с потребителем. | 2 | |
| | Всего | | 14 | 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. | Занятие 1. Построение конкурентной карты рынка. Расчет показателей Герфинделя-Гершмана; Розенблюта; четырехдольного показателя концентрации рынка; границ олигополии. | 2 | |
| 2 | Раздел 2. Управление товарной политикой на предприятии общественного питания. | Занятие 1 Расчет коэффициентов глубины и широты ассортимента. Рассмотрение ABC – анализа; матрицы БКГ; ЖЦТ товара; матрицы Маккинси. | 2 | 2 |

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| 3 | Раздел 3. Управление ценовой политикой на предприятии. | <p>Занятие 1</p> <p>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.</p> <p>Изучение стратегий в ценовой политике предприятия: 1. «снятие сливок»; 2. Следование за спросом; 3. Проникновения; 4. Устранения конкуренции.</p> | 2 | |
| 4 | Раздел 4. Управление конкурентоспособностью продукцией в общественном питании. | <p>Занятие 1</p> <p>Рассмотрение методов оценки конкурентоспособности продукции: метод «зеркала»; экспертные оценки; индекс Буля; модель с идеальной точкой; модель Розенберга; интегральный показатель конкурентоспособности.</p> | 2 | 2 |
| 5 | Раздел 5. Формирование целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг. | <p>Занятие 1</p> <p>Изучение элементов формирования спроса: реклама, выставки, ярмарки, презентации, «паблик рилейшнз».</p> <p>Рассмотрение основных видов продвижения продукции на рынке: реклама; личные (прямые) продажи; пропаганда (PR, паблисити); стимулирование продаж.</p> | 2 | |
| 6 | Раздел 6. Оценка маркетинговых мероприятий по продвижению продукции. | <p>Занятие 1</p> <p>Рассмотрение экономических и коммуникативных показателей эффективности продвижения продукции предприятия.</p> <p>Экономические – количественные (рост прибыли предприятия; рост доли рынка; рост объемов реализации).</p> <p>Коммуникативные – количественные (рост числа посетителей, впервые посетивших предприятие; рост числа увидевших, вспомнивших рекламу предприятия); качественные (рост лояльности потребителей и степень достигаемого коммуникативного эффекта).</p> | 2 | |

| | | | | |
|---|---|---|----|---|
| 7 | Раздел 7. Обратная связь с потребителем. | Занятие 1. 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. | 2 | |
| | | Всего: | 14 | 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
3. 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 |

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

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Продвижение продукции и услуг в общественном питании» широко используются информационные технологии такие как:

- Чтение лекций с использованием мультимедийных слайд-лекций;
- Просмотр видео материалов;
- Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты;
- Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения.

| | |
|--------|---|
| 9.1.1 | Операционная система: Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лиц сертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный |
| 9.1.2 | Офисный пакет: Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лиц сертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный |
| 9.1.3. | Антивирус: ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лиц сертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017; Kaspersky Endpoint Security Лиц сертификат 2462170522081649547546 от 22.05.2017 |
| 9.1.4 | Браузер: Mozilla Firefox, Google Chrome |

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем.

ЭБС:

- 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/>

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

- Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM (ИНФРА-М) [Электронный ресурс]: база данных содержит учебные и научные издания. – Москва, [2011]. – Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

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

- 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>

- Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт» [Электронный ресурс]: база данных содержит учебные и научные издания. – Москва, [2011]. – Режим доступа: <http://rucont.ru>.

- информационные справочные системы и базы данных:

- Информационно-аналитическая система «Статистика» [Электронный ресурс]: база данных содержит актуальную статистическую информацию для бизнес-планирования, определения вида деятельности и анализа конкурентной среды. – Красноярск, [2007]. – Режим доступа: <http://ias-stat.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 занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего | Специализированная мебель, доска Magnetoplan CC, экран настенно-потолочный Screen Media, потолочное крепление для проектора Wize WPA-S, |

| | |
|---|---|
| <p>контроля и промежуточной аттестации: № 3-21 кабинет ресторанный сервиса ул. Лиды Прушинской, зд.2</p> | <p>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 Acop</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> |

