

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 2021.04.20 10:53:31
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e736ab07423e1ba2112f735a12



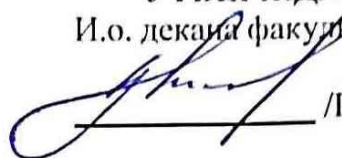
МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет
имени Н.И. Вавилова»

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой


_____/Воротников И.Л./
« 20 » 05 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
И.о. декана факультета


_____/Попова О.М./
« 21 » 05 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина	Рекламная деятельность предприятия общественного питания
Направление подготовки	19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
Направленность (профиль)	Технологии и организация предприятий общественного питания
Квалификация выпускника	Бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Разработчик: профессор Богатырев С.А.



(подпись)

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся навыков создания рекламных продуктов для предприятий общественного питания на основе полученных знаний.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания дисциплина «Рекламная деятельность предприятия общественного питания» относится к дисциплинам по выбору.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами и практиками: «Товароведение продовольственных товаров», «Нормативное и метрологическое обеспечение услуг общественного питания», «Организация и планирование производственной и сбытовой деятельности предприятий общественного питания», «Технология ресторанного сервиса», учебная и производственная практики.

Дисциплина «Рекламная деятельность предприятия общественного питания» является опорой при выполнении и защите выпускной квалификационной работы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Индикаторы достижения компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	2	3	4	5	6	7
1	ПК-4	управляет текущей деятельностью предприятия питания, осуществляет технологический процесс производства продукции общественного питания	ПК-4.9. Умеет анализировать спрос и разрабатывает мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации ассортиментной политики	содержание основных этапов маркетинговой деятельности в области рекламы, механизм действия рекламного процесса, его виды и формы, организацию рекламных акций и кампаний, оценку их эффективности; этапы организации пиар-акций, способы оценки их эффективности; основы теории управления качеством рекламы	разрабатывать и реализовывать комплекс маркетинговых мероприятий, обеспечивающих продвижение продукции предприятия общественного питания к потребителю и включающих в себя работу по формированию продукции и её подаче потребителю (качественные характеристики, дизайн, сервисное сопровождение и т. д.)	методами проведения экспертизы рекламного продукта; навыками составления рекламного сообщения, выбирая носителей рекламы с учетом финансовых возможностей предприятия общественного питания и целесообразности организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Таблица 2

Объем дисциплины

	Количество часов								
	Всего	в т.ч. по семестрам							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа всего, в т.ч.	44,1								44,1
<i>аудиторная работа:</i>	44								44
лекции	22								22
лабораторные практические	22								22
<i>промежуточная аттестация</i>	0,1								0,1
<i>контроль</i>	-								-
Самостоятельная работа	27,9								27,9
Форма промежуточного контроля	3								3
Курсовой проект (работа)	-								-

Таблица 3

Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Тема занятия Содержание	Неделя семестра	Контактная работа			Самос- тоятель- ная работа	Контроль	
			Вид занятия	Введения Форма	сов Количество		сов Количество	Вид
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8 семестр								
1	Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций. История развития рекламы и рекламной деятельности. Понятие, задачи и функции рекламы. Классификация рекламы. Роль рекламы в жизни общества. Роль рекламы в	1	Л	В	2			КЛ

	организации сбыта. Реклама как средство передачи информации.							
2	Понятие рекламы и ее классификация. Влияние рекламы на общественное питание и экономику. Международная реклама. Основные требования к рекламе в РФ	1	ПЗ	Т	2	2	ВК	ПО
3	Правовое регулирование рекламной деятельности в России.	2	Л	Т	2			КЛ
4	Закон «О рекламе». Кодекс рекламной практики.	2	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
5	Социально-психологические основы рекламы. Влияние внешних и внутренних факторов на поведение человека.	3	Л	Т	2			КЛ
6	Психологическое воздействие рекламы на ее потребителя.	3	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
7	Планирование рекламной кампании. Основные этапы проведения рекламной кампании. Методы определения эффективности рекламной кампании. Медиа-планирование.	4	Л	Т	2			КЛ
8	План рекламной кампании как элемент маркетинга. Выбор рекламной стратегии. Организация и планирование рекламной кампании. Планирование рекламной деятельности. Разработка медиаплана	4	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
9	Носители рекламной информации. Классификация видов и средств рекламы на предприятии общественного питания. Характеристика основных средств распространения рекламы.	8	Л	Т	2			КЛ
10	Преимущества и недостатки отдельных медиасредств как рекламоносителей. Интернет-реклама.	8	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
11	Имидж и фирменный	9	Л	Т	2			КЛ

	стиль в рекламе. Понятие фирменного стиля предприятия общественного питания. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Применение товарного знака в рекламе							
12	Фирменный стиль Элементы фирменного стиля. Носители фирменного стиля предприятия общественного питания	9	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
13	Разработка рекламного обращения на предприятиях общественного питания. Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях. Основные принципы составления рекламных текстов.	10	Л	Т	2			КЛ
14	Разработка текстов рекламных обращений.	10	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
15	Язык рекламы. Алгоритм рекламного текста. Структура и функции рекламного текста.	12	Л	Т	2			КЛ
16	Разработка рекламных слоганов.	12	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
17	Рекламные стратегии. Рекламные идеи. Стратегии позиционирования.	13	Л	Т	2			КЛ
18	Продвижение продукта (блюда) при использовании бренда.	13	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
19	Принципы построения композиции рекламы.	16	Л	Т	2			КЛ
20	Использование цвета и текста в рекламе. Основные приемы воздействия на психологию клиента при создании рекламного продукта.	16	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
21	Экономическая эффективность рекламы. Методы определения экономической эффективности рекламы.	17	Л	Т	2			КЛ
22	Оценка эффективности рекламы Измерение психологической эффективности.	18	ПЗ	Т	2	3,9	ТК	УО

23	Выходной контроль	Неполная неделя			0,1		ВыхК	Зач.
Итого:					44,1	27,9		

Примечание:

Условные обозначения:

Виды аудиторной работы: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

Формы проведения занятий: В – лекция-визуализация, Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме.

Виды контроля: ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, ВыхК – выходной контроль.

Форма контроля: УО – устный опрос, ПО – письменный опрос, КЛ – конспект лекций, Зач. – зачет.

5. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине «Рекламная деятельность предприятия общественного питания» проводится по видам учебной работы: лекции, практические занятия и текущий контроль.

Реализация компетентного подхода в рамках направления подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания предусматривает использование в учебном процессе традиционных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации. Основные моменты лекционных занятий конспектируются. Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения с обязательным составлением конспекта (контролируется).

Целью практических занятий является выработка практических навыков работы с основными понятиями рекламной деятельности в общественном питании.

Решение задач на практических занятиях способствует повышению мотивации к учебе.

Применение на практических занятиях метода анализа конкретной ситуации способствует развитию у обучающихся умения решать проблемы с учетом конкретных условий при наличии фактической информации. У обучающихся развивается умение четко формулировать свою позицию, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию.

Групповая работа при анализе конкретной ситуации развивает способности проведения анализа и диагностики проблем.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов дисциплины, выполнение домашних работ, анализ конкретных ситуаций и подготовку докладов и презентаций.

Самостоятельная работа осуществляется в индивидуальном и групповом формате. Самостоятельная работа выполняется обучающимися на

основе учебно-методических материалов дисциплины (приложение 2). Самостоятельно изучаемые вопросы курса включаются в вопросы к выходному контролю – зачету.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, табл.3)
1	2	3	4	5
1.	Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. / - 14-е изд. - 538 с.: ISBN 978-5-394-01804-6	Ф.Г. Панкратов	М.: Дашков и К, 2017	2-22
2.	История рекламы: Учебное пособие. - 259 с.	Ю.А. Шестаков	М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016	1
3.	Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров.	В.А. Евстафьев	М.: Дашков и К, 2016	2-22
4.	Минеева, Л. А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / - Электрон. текстовые дан. - Саратов :. - 120 с.	Л. А. Минеева, А. И. Пшенцова.	ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ», 2017	2-22
5.	Рекламная деятельность : учебник .-282 с. [Электронный ресурс; Режим доступа http://www.znaniium.com].— (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005684-5. - Текст : электронный. - URL: https://znaniium.com/catalog/product/920551 (дата обращения: 06.08.2021)	В.Д. Секерина	М.: ИНФРА-М, 2018	2-22

б) дополнительная литература

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, табл.3)
1	2	3	4	5
1.	Рекламная деятельность : учеб. пособие / . - 198 с. - ISBN 978-5-7638-3733-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1031865 (дата обращения: 06.08.2021).	Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова.	Красноярск : Сиб. федер, ун-т, 2017	1-22
2.	Рекламная деятельность: учебник. - 368 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0533-3. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1010825 (дата обращения: 06.08.2021).	В. Н. Хапенков, Г. Г. Иванов, Д. В. Федюнин.	М.:ИД ФОРУМ :НИЦ ИНФРА-М, 2019	1-22

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для освоения дисциплины рекомендуются следующие сайты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. Официальный сайт университета: <http://sgau.ru>
2. Каталог ЭБС: www.znanium.com/catalog.php
3. Библиотека ГОСТов и нормативных документов : www.libgost.ru
4. Интернет-журнал Качество.ру : <http://kachestvo.ru/>
5. Российский институт потребительских испытаний : <http://www.ripit-test.ru>

г) периодические издания

Журналы:

1. Журнал «Индустрия рекламы» - Режим доступа: <http://www.ir-magazine.ru/>
2. Журнал «Спрос» - Режим доступа: <http://spros-online.ru/>

д) информационные справочные системы и профессиональные базы данных

Для пользования стандартами и нормативными документами рекомендуется применять информационные справочные системы и профессиональные базы данных, доступ к которым организован библиотекой университета через локальную вычислительную сеть. Информационно-правовой портал Гарант.ру. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>
Справочно-правовая система Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

Для пользования электронными изданиями рекомендуется использовать следующие информационные справочные системы и профессиональные базы данных:

1. Научная библиотека университета <http://www.sgau.ru/biblioteka/>

Базы данных содержат сведения обо всех видах литературы, поступающей в фонд библиотеки. Более 1400 полнотекстовых документов (учебники, учебные пособия и т.п.). Доступ – с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

2. Электронная библиотечная система «Лань» <http://e.lanbook.com>.

Электронная библиотека издательства «Лань» – ресурс, включающий в себя как электронные версии книг издательства «Лань», так и коллекции полнотекстовых файлов других российских издательств. После регистрации с компьютера университета – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

3. «Университетская библиотека ONLINE» <http://www.biblioclub.ru>.

Электронно-библиотечная система, обеспечивающая доступ к книгам, конспектам лекций, энциклопедиям и словарям, учебникам по различным областям научных знаний, материалам по экспресс-подготовке к экзаменам. После регистрации с компьютера университета – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. <http://elibrary.ru>.

Российский информационный портал в области науки, медицины, технологии и образования. На платформе аккумулируются полные тексты и рефераты научных статей и публикаций. Доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет. Свободная регистрация.

5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». <http://window.edu.ru>.

Информационная система предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных Интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования. Доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.

6. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>.

Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт». Учебники и учебные пособия от ведущих научных школ. Тематика: «Бизнес. Экономика», «Гуманитарные и общественные науки», «Естественные науки», «Информатика», «Прикладные науки. Техника», «Языкознание. Иностранные языки». Доступ - после регистрации с компьютера университета с любого компьютера, подключенного к Internet.

7. Поисковая система Google. Режим доступа: <https://www.google.ru/>

8. Поисковая система Mail.ru. Режим доступа: <https://mail.ru/>

9. Поисковая система Рамблер. Режим доступа: <https://www.rambler.ru/>

10. Поисковая система Яндекс. Режим доступа: <https://www.yandex.ru/>

ж) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:

К информационным технологиям, используемым при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, относятся:

- персональные компьютеры, посредством которых осуществляется доступ к информационным ресурсам и оформляются результаты самостоятельной работы;
- проекторы и экраны для демонстрации слайдов мультимедийных лекций;
- активное использование средств коммуникаций (электронная почта, тематические сообщества в социальных сетях и т.п.).

• *программное обеспечение:*

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы (расчетная, обучающая, контролирующая)
1	2	3	4
1	Все темы дисциплины	1) Право на использование Microsoft Desktop Education All Lng Lic/SA Pack OLV E IY Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов Контракт № 0024 на передачу неисключительных (пользовательских) прав на программное обеспечение от 11.12.2018 г.	Вспомогательная
2	Все темы дисциплины	ESET NOD 32 Право на использование программного продукта ESET NOD 32 Antivirus Business Edition renewal for 2041 user (продление 2041 лицензий на срок 12 месяцев). Лицензиат – ООО «Компьютерный супермаркет» г. Саратов. Контракт № 0025 на приобретение прав на использование средств антивирусной защиты от 11.12.2018 г.	Вспомогательная

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации необходимы аудитории с меловыми или маркерными досками, достаточным количеством посадочных мест и освещенностью. Для использования медиаресурсов

необходимы проектор, экран, компьютер или ноутбук, по возможности – частичное затемнение дневного света.

Для проведения практических занятий и контроля самостоятельной работы по дисциплине «Рекламная деятельность предприятия общественного питания» имеется аудитория № С-218.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (читальные залы библиотеки) оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8. Оценочные материалы

Оценочные материалы, сформированные для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Рекламная деятельность предприятия общественного питания» разработаны на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

- приказа Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Оценочные материалы представлены в приложении 1 к рабочей программе дисциплины и включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы представлен в приложении 2 к рабочей программе по дисциплине «Рекламная деятельность предприятия общественного питания».

10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Рекламная деятельность предприятия общественного питания»

Методические указания по изучению дисциплины «Рекламная деятельность предприятия общественного питания» включают в себя:

1. Краткий курс лекций по дисциплине «Рекламная деятельность предприятия общественного питания». Оформляется в соответствии с приложением 3.

*Рассмотрено и утверждено на заседании
кафедры «Проектный менеджмент и
внешнеэкономическая деятельность в
АПК»
«30» августа 2021 года (протокол №1)*