

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 27.04.2023 11:50:18
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe1ba2172f735a12

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный аграрный
университет
имени Н. И. Вавилова»



СОГЛАСОВАНО
И.о. заведующий кафедрой
/Воротников И.Л./
«27» 08 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора ИЗОиДО
/Никишанов А.Н./
«27» 08 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина	Рекламная деятельность в общественном питании
Направление подготовки	19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания
Направленность (профиль)	Технология и организация предприятий общественного питания
Квалификация выпускника	Бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	Заочная

Разработчик(и): доцент, Минеева Л.Н.

Саратов 2019

1. Целью освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Рекламная деятельность в общественном питании» формирование у обучающихся навыков в разработке рекламной стратегии, рекламно-информационных материалов, проведению рекламной кампании предприятия общественного питания и разработки фирменного стиля предприятия.

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 в общественном питании» относится к вариативной части по выбору обучающегося Блока 1.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами, практиками: «Экономика», «Маркетинг».

Дисциплина «Рекламная деятельность в общественном питании» является базовой для подготовки и написания 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 таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1	2	3	4	5	6
1	ПК-30	готовностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства, способность проводить	основы теории управления качеством рекламы	разрабатывать и реализовывать комплекс рекламных мероприятий, обеспечивающих продвижение товара к потребителю и включающих в себя работу по формированию	методами проведения экспертизы рекламного продукта

		<i>обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания</i>		<i>положительного восприятия товара и его подачи потребителю</i>	
2	<i>ПК-31</i>	<i>способностью планировать маркетинговые мероприятия, составлять календарно-тематические планы их проведения, рекламные сообщения о продукции производства, рекламные акции, владением принципами ценообразования у конкурентов, а также творчески мыслить и анализировать работу с клиентской базой</i>	<i>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</i>	<i>разрабатывать и реализовывать комплекс рекламных мероприятий, обеспечивающих продвижение товара к потребителю и включающих в себя работу по формированию положительного восприятия товара и его подачи потребителю</i>	<i>навыками составления рекламного сообщения, выбирая носителей рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность.</i>

4. Объём, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Таблица 2

	Объем дисциплины					
	Всего	Количество часов				
		в т.ч. по годам				
		1	2	3	4	5
Контактная работа – всего, в т.ч.	18,1					18,1
<i>аудиторная работа:</i>	18					18
лекции	8					8
лабораторные практические	10					10
<i>промежуточная аттестация</i>	0,1					0,1
<i>контроль</i>	-					-
Самостоятельная работа	53,9					53,9

Форма итогового контроля	3					3
Курсовой проект (работа)	-					-

Таблица 3

Структура и содержание дисциплины «Рекламная деятельность предприятия общественного питания»

№ п/п	Тема занятия. Содержание	Неделя курса	Контактная работа			Самостоятельная работа	Контроль Знаний	
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов		Количество часов	Вид
1	2	3	4	5	6	7	8	9
5 курс								
1.	Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций. Правовое регулирование рекламной деятельности в России. Социально-психологические основы рекламы. Планирование рекламной кампании в общественном питании. Понятие, задачи и функции рекламы. Классификация рекламы. Закон «О рекламе». Влияние внешних и внутренних факторов на поведение человека. Психологическое воздействие рекламы на ее потребителя. Потребительские мотивы. План рекламной кампании в общественном питании как элемент маркетинга. Выбор рекламной стратегии в общественном питании. Организация и планирование рекламной кампании в общественном питании.	1	Л	Т	2	16	ТК	УО
2	Основные понятия рекламы, место рекламы в системе маркетинга и маркетинговых коммуникаций, история рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности в России. Планирование и модели проведения рекламных кампаний в общественном питании. Управление слухами Роль рекламы в жизни общества. История развития рекламы и рекламной деятельности. Кодекс рекламной практики. Отдел рекламы на предприятиях общественного питания. Планирование рекламной деятельности. Основные этапы проведения рекламной кампании	1	ПЗ	МК	2	16	ТК	К Т Д
3	Носители рекламной информации. Имидж и фирменный стиль в рекламе. Классификация видов и средств торговой рекламы. Понятие фирменного стиля предприятия.	2	Л	Т	2		ТК	УО
4	Основные средства распространения рекламной информации. Характеристика основных средств распространения рекламы. Применение товарного знака в рекламе.	2	ПЗ	МК	2		ТК	КР Д К

	Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Брендинг, как технология фирменности продукции. Виртуальный маркетинг							
5	Разработка рекламного обращения на предприятиях общественного питания Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях. Разработка текстов в рекламном обращении. Понятие и основные этапы разработки рекламного обращения	3	Л	Т	2	16	ТК	УО
6	Разработка рекламного обращения на предприятиях общественного питания Содержание рекламного обращения. Основные мотивы, используемые в рекламных обращениях. Основные принципы составления рекламных текстов	3	ПЗ	ДИ	2	15,9	ТК	СЗ
7	Экономическая эффективность рекламы. Методы определения экономической эффективности рекламы	4	Л	Т	2		ТК	УО
8	Расчет экономической эффективности рекламы на предприятиях общественного питания	4	ПЗ	Т	2		ТК	КР
9	Оценка эффективности рекламы Методы измерения психологической эффективности Использование результатов исследований эффективности рекламы.	4	ПЗ	Т	2		ТК	КР
10	Выходной контроль				0,1		ВыхК	3
Итого:					18	53,9		

Примечание:

Условные обозначения:

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

Формы проведения занятий: В – лекция-визуализация, ДИ – дидактическая игра, Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме, МК – метод кейсов.

Виды контроля: ВыхК – выходной контроль.

Форма контроля: УО – устный опрос, КР – контрольная работа, Т - тестирование, КЛ – конспект лекции, К – кейс-задание, СЗ- ситуационная задача, Д – доклад, З.– зачет.

5. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине «Маркетинг» проводится по видам учебной работы: лекции, практические занятия, текущий контроль.

Реализация компетентного подхода в рамках направления подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных 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) устным опросом.

Целью практических занятий является выработка практических навыков проведения маркетинговых исследований рынка и разработки стратегии маркетинга предприятия, применения видов продвижения продукции; применения методов ценообразования на предприятии.

Для достижения этих целей используются как традиционные формы работы – контрольная работа, тестовых заданий и т.п., так и интерактивные методы – деловая игра, метод-кейсов.

Контрольная работа позволяет обучиться формировать у обучающихся определенные виды деятельности, связанные с применением знаний в конкретных ситуациях; систематизировать и закрепить теоретические знания обучающихся; проверить степень усвоения одной темы или вопроса.

В процессе решения задач обучающийся сталкивается с ситуацией вызова и достижения, данный методический прием способствует в определенной мере повышению у обучающихся мотивации как непосредственно к учебе, так и к деятельности вообще.

Дидактическая игра позволяет найти решение задач путем применения специальных правил обсуждения и стимулирования творческой активности участников.

Метод-кейса способствует развитию у обучающихся изобретательности, умения решать задачи с учетом конкретных условий, ситуаций и при наличии фактической информации. Позволяет использовать теоретические знания по тому или иному курсу, практический опыт обучаемых, их способность высказывать свои мысли, идеи, предложения, умение выслушать альтернативную точку зрения, и аргументировано высказать свою. С помощью этого метода обучающиеся имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, применять на практике теоретический материал.

Тестирование позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, приобретенных в процессе обучения.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих решение задач, анализ конкретных ситуаций и подготовку их презентаций, и т.п.

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 выходного контроля.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1	Основы рекламы https://znanium.com/catalog/product/1028739	Ю.С. Вернадская	М : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01252-0	Все разделы
2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью https://znanium.com/catalog/product/944854	Е.А. Осипова	Москва: ИНФРА-М, 2019	Все разделы
3	Маркетинг PR и рекламы https://znanium.com/catalog/product/1028516	И.М. Синяевой	М : ЮНИТИ-ДАНА, 2017	Все разделы
4	Психология рекламы https://znanium.com/catalog/product/1028564	П.С. Гуревич.	М : ЮНИТИ-ДАНА, 2017-271 с	Все разделы

б) дополнительная литература

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1	Реклама https://znanium.com/catalog/product/1002350	В.Л., Музыкант	М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2019.	Все разделы
2	Реклама https://znanium.com/catalog/product/1027287	Ф. Джефкинс	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.	Все разделы
3	Креативная реклама. Технологии проектирования https://znanium.com/catalog/product/1028594	Н.В. Ткаченко	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017	Все разделы
4	Введение в специальность. Реклама https://znanium.com/catalog/product/1028705	С.С. Марочкина	М: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.	Все разделы

6	Основы менеджмента выставочной деятельности https://znanium.com/catalog/product/1028738	В.Г. Петелин	М: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.-	Все разделы
7	Маркетинг PR и рекламы https://znanium.com/catalog/product/1028516	И.М. Синяева	М: ЮНИТИ-ДАНА, 2017	Все разделы
8	Маркетинг рекламы https://znanium.com/catalog/product/1020209	М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молотков	Москва: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019.	Все разделы
9	Психология рекламы: история, проблематика https://znanium.com/catalog/product/1034971	Б.Р. Мандель	Москва: ФЛИНТА, 2019.	Все разделы
10	Психология потребительского поведения, рекламы и PR https://znanium.com/catalog/product/792429	Н.В. Антонова, О.И. Патоша.	Москва: ИНФРА-М, 2017.	Все разделы

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Официальный сайт университета: <http://www.sgau.ru/>;
2. Сайт по теории и практике маркетинга. Раздел мерчандайзинг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/theory/merchandising/>
3. Сайт «Реклама и мерчандайзинг». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.advesti.ru/publish/merch/>
4. Энциклопедия маркетинга. Публикации по вопросам маркетинга (брендинг, ценообразование, поведение потребителей, финансовый, промышленный, международный маркетинг и т.д.). Примеры маркетинговых исследований. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.marketing.spb.ru
5. Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

г) периодические издания

Журналы:

1. Маркетинг
2. Маркетинг и реклама
3. Справочник руководителя
4. Российский экономический журнал
5. Менеджмент в России и за рубежом

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.

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. 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.

6. Поисковые интернет-системы Яндекс, Rambler, Google и др.

е) 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:

Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы (расчетная, обучающая, контролирующая, вспомогательная)
1	2	3
Все разделы дисциплины	Право на использование Microsoft Desktop Education All Lng Lic/SA Pack OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов. Контракт № 0024 на передачу неисключительных (пользовательских) прав на программное обеспечение от 11.12.2018 г.	вспомогательная
Все разделы дисциплины	Право на использование программного продукта ESET NOD32 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 занятий лекционного и семинарского типов, 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 лекционных, практических занятий и контроля самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинг» кафедры

«Менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» имеются аудитории № 516, 255, 253.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки УК №1) 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 «Маркетинг» 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 «Маркетинг».

10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Маркетинг»

Методические указания по изучению дисциплины «Маркетинг»
включают в себя:

1. Краткий курс лекций
2. Рабочая тетрадь

*Рассмотрено и утверждено на
заседании кафедры «Менеджмент и
внешнеэкономическая деятельность в
АПК»
«27» августа 2019 года (протокол № 1).*

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Рекламная деятельность в общественном питании»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Рекламная деятельность в общественном питании» на 2019/2020 учебный год:

Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения

Наименование программы	Примечание
ESETNOD 32 Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование программного продукта ESETNOD32 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.	Срок действия контракта истек
Kaspersky Endpoint Security Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование антивирусного программного обеспечения Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (1500-2449) 1 year Educational Licence. Лицензиат – ООО «СолярисТехноЛджис», г. Саратов. Контракт № ЕП-113 на оказание услуг по передаче неисключительных (пользовательских) прав на антивирусное программное обеспечение с внесением соответствующих изменений в аттестационную документацию по требованию защиты информации от 11.12.2019 г.	Переход на новое лицензионное программное обеспечение

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Рекламная деятельность в общественном питании» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «11» 12 2019 года (протокол № 5).

И.о. заведующий кафедрой _____

И.Л. Воротников

(подпись)

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Рекламная деятельность в общественном питании»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Рекламная деятельность в общественном питании» на 2019/2020 учебный год:

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:

- программное обеспечение:

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы	Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения
1	Все темы дисциплины	Microsoft Desktop Education (Microsoft Access, Microsoft Excel, Microsoft InfoPath, Microsoft OneNote, Microsoft Outlook, Microsoft PowerPoint, Microsoft Publisher, Microsoft SharePoint Workspace, Microsoft Visio Viewer, Microsoft Word) Реквизиты подтверждающие год документа: Право на использование Microsoft Desktop Education All LngLic/SA Pack OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов. Контракт № 0024 на передачу неисключительных (пользовательских) прав на программное обеспечение от 11.12.2018 г.	Вспомогательная	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E1Y Acdmc Ent Предоставление неисключительных прав на ПО: Microsoft Office 365 Pro Plus OpenStudents Shared Server All LngSubsVL0LV NL IMthAcdmcStdnt w/Faculty Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов Контракт № А-032 на передачу неисключительных (пользовательских) прав на программное обеспечение от 23.12.2019 г.

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Рекламная деятельность в общественном питании» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» 23 12 2019 года (протокол № 5а).

Заведующий кафедрой

(подпись)

И.Л. Воротников

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Рекламная деятельность в общественном питании»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Рекламная деятельность в общественном питании» на 2020/2021 учебный год: добавлены новые источники учебной литературы 2020 года в п. 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов
1	2	3	4	5
1	Виды и средства распространения рекламы : учебное пособие https://znanium.com/catalog/product/1058216	Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм.	Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование) . - ISBN 978-5-00091-611-7.	Все разделы
2	Психология рекламной деятельности : учебник https://znanium.com/catalog/product/1093523	М. А. Измайлова.	Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. - 442 с. - ISBN 978-5-394-03522-7.	Все разделы

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Рекламная деятельность в общественном питании» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «31» августа 2020 года (протокол № 1).

Заведующий кафедрой


(подпись)

И.Л. Воротников

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Рекламная деятельность в общественном питании»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Рекламная деятельность в общественном питании» на 2020/2021 учебный год:

Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения

Наименование программы	Примечание
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование антивирусного программного обеспечения Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (1500-2449) 1 year Educational Licence. Лицензиат – ООО «Солярис Технолоджис», г. Саратов.</p> <p>Контракт № ЕП-113 на оказание услуг по передаче неисключительных (пользовательских) прав на антивирусное программное обеспечение с внесением соответствующих изменений в аттестационную документацию по требованию защиты информации от 11.12.2019 г.</p>	<p>Срок действия контракта истек</p>
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (11.12.2020 г. - 10.12.2021 г.)</p>
<p>Microsoft Office 365 Pro Plus Open Students Shared Server All Lng SubsVL OLV NL IMth Acdmc Stdnt w/Faculty</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Контракт № А-032 на передачу неисключительных (пользовательских) прав на программное обеспечение от 23.12.2019 г.</p>	<p>Срок действия контракта истекает 23.12.2020 г.</p>
<p>Microsoft Office</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2021 г.)</p>

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Рекламная деятельность в общественном питании» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «04» декабря 2020 года (протокол № 5).

Заведующий кафедрой



(подпись)

И.Л. Воротников

Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Рекламная деятельность предприятия общественного питания»

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Рекламная деятельность предприятия общественного питания» на 2021/2022 учебный год: добавлен новый источник учебной литературы 2021 года в п.6 учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

№ п/п	Наименование, ссылка, для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Авторы	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов
1	2	3	4	5
1	Виды и средства распространения рекламы: учебное пособие// https://znanium.com/catalog/product/1843719	Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм	Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021	Все разделы

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Рекламная деятельность предприятия общественного питания» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» 31 августа 2021 года (протокол №1)

Заведующий кафедрой _____

(подпись)

И.Л. Воротников