

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович  
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет  
Дата подписания: 2021.04.20 10:55:50  
Уникальный программный ключ:  
528682d78e671e736ab07428e1ba2102f735a12



# 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	<b>Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса</b>
Направление подготовки	<b>19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания</b>
Направленность (профиль)	<b>Технологии и организация предприятий общественного питания</b>
Квалификация выпускника	<b>Бакалавр</b>
Нормативный срок обучения	<b>4 года</b>
Форма обучения	<b>Очная</b>

*Разработчик: профессор Богатырев С.А.*

(подпись)

## **1. Цели освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся навыков создания рекламных коммуникаций для ресторанного бизнеса.

## **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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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 рекламных коммуникаций, механизм действия рекламного процесса, его виды и формы, организацию рекламных акций и кампаний, оценку их эффективности; этапы организации пиар-акций в ресторане, способы оценки их эффективности; основы теории управления качеством рекламы в ресторанном би	разрабатывать и реализовывать комплекс маркетинговых мероприятий, обеспечивающих продвижение и формирование имиджа ресторана и включающих в себя работу по формированию рекламных материалов (меню, листовок, рекламных акций, спецпредложений и др.)	методами проведения экспертизы рекламного продукта; навыками составления рекламного сообщения, выбирая носителей рекламы с учетом финансовых возможностей ресторана 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- стоятель- ная работа	Контроль	
			Вид занятия	Введения Форма	сов Количество		сов Количество	Вид
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8 семестр								
1	<b>Реклама как элемент маркетинговых коммуникаций.</b> 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	<b>Понятие рекламы и ее классификация.</b> Влияние рекламы на общественное питание и экономику. Международная реклама. Основные требования к рекламе в РФ	1	ПЗ	Т	2	2	ВК	ПО
3	<b>Правовое регулирование рекламной деятельности в России.</b>	2	Л	Т	2			КЛ
4	<b>Закон «О рекламе».</b> Кодекс рекламной практики.	2	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
5	<b>Социально-психологические основы рекламы в ресторанном бизнесе.</b> Влияние внешних и внутренних факторов на поведение посетителя ресторана.	3	Л	Т	2			КЛ
6	<b>Психологическое воздействие рекламы ресторана на его посетителей.</b>	3	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
7	<b>Планирование рекламной кампании.</b> 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	<b>Носители рекламной информации.</b> Классификация видов и средств рекламы в ресторанном бизнесе. Характеристика основных средств распространения рекламы.	8	Л	Т	2			КЛ
10	<b>Преимущества и недостатки отдельных медиасредств как рекламоносителей.</b> Интернет-реклама.	8	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО

11	<b>Имидж и фирменный стиль в рекламе.</b> Понятие фирменного стиля ресторана. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Применение товарного знака в рекламе ресторана	9	Л	Т	2			КЛ
12	<b>Фирменный стиль ресторана</b> Элементы фирменного стиля. Носители фирменного стиля предприятия общественного питания	9	ПЗ	Т	2	4	ТК	УО
13	<b>Разработка рекламного обращения в ресторанном бизнесе.</b> 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	<b>Язык рекламы.</b> 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	<b>Рекламные коммуникационной стратегии.</b> Рекламные идеи. Стратегии позиционирования.	13	Л	Т	2			КЛ
18	Продвижение продукта (блюда) при использовании бренда.	13	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
19	<b>Принципы построения композиции рекламы.</b>	16	Л	Т	2			КЛ
20	<b>Использование цвета и текста в рекламе ресторана.</b> Основные приемы воздействия на психологию клиента при создании рекламного продукта.	16	ПЗ	Т	2	2	ТК	УО
21	<b>Экономическая эффективность рекламы в ресторанном бизнесе.</b> Методы определения экономической эффективности рекламы ресторана.	17	Л	Т	2			КЛ
22	<b>Оценка эффективности рекламы ресторана.</b> Измерение	18	ПЗ	Т	2	3,9	ТК	УО

	психологической эффективности.							
23	<b>Выходной контроль</b>	Неполная неделя			0,1		ВыхК	Зач.
<b>Итого:</b>					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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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 рекламных коммуникаций в ресторанном бизнесе.

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. Пшеницова.	ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ», 2017	2-22
5.	Рекламная деятельность : учебник .-282 с. [Электронный ресурс; Режим доступа <a href="http://www.znanium.com">http://www.znanium.com</a> ].— (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005684-5. - Текст : электронный. - URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/920551">https://znanium.com/catalog/product/920551</a> (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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1031865">https://znanium.com/catalog/product/1031865</a> (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: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1010825">https://znanium.com/catalog/product/1010825</a> (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](http://www.znanium.com/catalog.php)
3. Библиотека ГОСТов и нормативных документов : [www.libgost.ru](http://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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса».

## **10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса»**

Методические указания по изучению дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» включают в себя:

1. Краткий курс лекций по дисциплине «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса». 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)*