

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 28.06.2022 14:32:53  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989da416a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**Институт гостиничного бизнеса и туризма**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного  
бизнеса

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

43.03.03 «Гостиничное дело»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной  
образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

Международный ресторанный бизнес

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса» является формирование у студентов комплекса знаний по методике и технологиям продвижения, применяемых предприятиями индустрии сервиса, а также подготовка к практической деятельности по организации продаж ресторанных услуг с использованием знаний, полученных при изучении методов и технологических процессов, применяемых предприятиями ресторанного бизнеса при продвижении и реализации услуг.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг международной сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов; ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий; ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет
ПКР-2	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПКР-2.1. Проводит анализ системы ценообразования и тарифной политики организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания ПКР-2.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений ПКР-2.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий международной сферы гостеприимства и общественного питания ПК-2.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий международной сферы гостеприимства и общественного питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия
ПКР-3	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПКР-3.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания ПКР-3.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		ПКР-3.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса» относится к вариативной компоненте обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> <li>Маркетинг организаций профессиональной сферы</li> <li>Курсовая работа "Проектирование и стартап предприятий сферы гостеприимства"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предпринимательство в профессиональной сфере</li> <li>Мировые тренды в ресторанном бизнесе</li> <li>Преддипломная практика</li> <li>Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>
ПКР-2	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> <li>Маркетинг организаций профессиональной сферы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предпринимательство в профессиональной сфере</li> <li>Формирование ассортимента и ценообразование в ресторанном бизнесе</li> <li>Преддипломная практика</li> <li>Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>
ПКР-3	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и	<ul style="list-style-type: none"> <li>Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной сфере</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Международные гостиничные сети: управление брендом</li> <li>Преддипломная практика</li> <li>Подготовка и защита выпускной</li> </ul>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> <li>Программное обеспечение и автоматизация в профессиональной сфере</li> <li>Маркетинг организаций профессиональной сферы</li> <li>Международная барная индустрия, сервис вина и напитков</li> <li>Международные кулинарные концепции</li> </ul>	квалификационной работы

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса» составляет 3 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
		2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	<b>52</b>	<b>52</b>
в том числе:		
Лекции (ЛК)	26	26
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	26	26
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	20	20
<i>Контроль (экзамен), ак.ч.</i>	36	36
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	108
	зач.ед.	3
<b>Курсовая работа</b>	зач.ед.	1

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
		8
<b>Контактная работа, ак.ч.</b>	<b>48</b>	<b>48</b>
в том числе:		
Лекции (ЛК)	24	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	24	24
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	24	24
<i>Контроль (экзамен), ак.ч.</i>	36	36

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
			8
Контактная работа, ак.ч.		48	48
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3
Курсовая работа	зач.ед.	1	1

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Введение в курс. Роль продвижения в организации продаж и экономической деятельности предприятия ресторанного бизнеса	Значение продвижения и сущность продаж. Методы продвижения. Классификация видов продаж. Основы управления продажами. Отдел продаж, маркетинга, рекламы. Структура и функции. Должностные обязанности сотрудников. Глобальная торговая политика и позиционирование в продвижении товаров и услуг.	ЛК, ПЗ
Раздел 2. Управление каналами продвижения и продаж в деятельности ресторанного предприятия	Сущность и функции каналов распределения товаров и услуг. Виды и уровни каналов продаж предприятия сферы гостеприимства. Роль агента в управлении продвижением услуг питания. Корпоративный канал и продвижение услуг питания.	ЛК, ПЗ
Раздел 3. Комплекс маркетинговых коммуникации в продвижении товаров и услуг предприятия ресторанного бизнеса	Составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций. Использование ATL и BTL-коммуникаций в продвижении продукта сферы услуг. Выбор средств распространения рекламы, PR, наружная реклама, событийный маркетинг и CRM.	ЛК, ПЗ
Раздел 4. Цифровизация в организации продаж на глобальном рынке. Электронные сервисы продвижения ресторанных услуг.	Электронные каналы продвижения и продаж: возможности и преимущества. Управление сайтом, SEO-продвижение, контекстная реклама, SMM-маркетинг, таргетинг, управление трафиком. Формирование «воронки продаж». Конверсия продаж. Инструменты цифровой аналитики. Экономика лайков.	ЛК, ПЗ
Раздел 5. Техника прямых продаж гостиничных услуг. Цикл продаж	Техника и технология прямых продаж. Этапы продаж. Подготовка коммерческого предложения. Установление контакта и определение потребностей. Аргументация и презентация услуг. Работа с возражениями гостей. Апсейл. Технология ведения переговоров с клиентом, управление поведением клиента. Работа с конфликтными ситуациями. Имидж и эффективное поведение продавца услуг.	ЛК, ПЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 6. Специфика организации продвижения услуг ресторана в сфере гостеприимства	Организация продвижения на предприятиях сферы гостеприимства. Международные каналы продаж, методы и инструменты эффективной продажи основных и дополнительных услуг на глобальном рынке. Программные продукты для управления продажами в ресторане	ЛК, ПЗ
Раздел 7. Нормативное и документационное обеспечение продаж в ресторанном бизнесе	Права и обязанности сторон при осуществлении продаж услуг ресторанного предприятия. Обзор нормативно правовых документов, регламентирующих продажи. Двухсторонние соглашения. Оформление первичных финансовых документов.	ЛК, ПЗ
Раздел 8. Эффективность продвижения и продаж.	Экономическая оценка эффективности продаж. Структура, динамика продаж и рентабельность продаж. Расчет прибыли. Методы повышения эффективности продаж.	ЛК, ПЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; ПЗ – практические занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows),

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	с доступом в ЭИОС.	MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература:*

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0.
2. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В. Н. Егоров. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 622 с. : табл., граф., схемы — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684598>

### *Дополнительная литература:*

3. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин ; ред. П. Суворовой. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с. - ISBN 978-5-9614-1055-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721>
4. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 1071 с. : табл., граф., ил, схемы — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885>
5. Норка, Д.И. Экспертные продажи: новые методы убеждения покупателей / Д.И. Норка; ред. А. Петров. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 334 с. - ISBN 978-5-9614-6616-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495618>
6. Олейник, К. Всё об управлении продажами / К. Олейник, С. Иванова, Д. Болдогоев; ред. Ю. Быстровой. - 3-е изд. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 331 с.: ил., табл. - ISBN 978-5-9614-4658-6; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279847>
7. Птуха, К. Эмоциональные продажи: как увеличить продажи втрое / К. Птуха, В. Гусарова. - 2-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 187 с.: ил., табл. - ISBN 978-5-9614-4344-8; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279045>
8. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; Финансовый университет при Правительстве РФ ; под ред.

Л.П. Дашкова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>

9. Смолина, В.А. SMM С НУЛЯ: секреты продвижения в социальных сетях / В.А. Смолина. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. – 353 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564678> – ISBN 978-5-9729-0259-0. – Текст: электронный

10. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. - Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0217-0; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

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

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

- <https://классификация-туризм.рф/> - Федеральный перечень туристских объектов

- <http://www.consultant.ru/> - Портал правовой поддержки

- <http://www.infostat.ru/> Информационно-издательский центр «Статистика России».

- <http://profi.travel.ru/press/> Туризм и путешествия. Профессиональная пресса

- <https://hotelier.pro/> Журнал для отельеров. Новости гостиничного бизнеса.

- <http://www.hotelexecutive.ru/> Медиаресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса

### *Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса».

2. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины.

3. Методические рекомендации по обеспечению доступности освоения

программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН (положения/порядка).

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

<b>д.тех.н., профессор</b> _____	 _____	<b>О.В. Пасько</b> _____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
_____	_____	_____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.
_____	_____	_____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<b>Зам. директора по УМР</b> _____	 _____	<b>Л.В. Куклина</b> _____
Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<b>Профессор кафедры туризма и гостиничного дела</b> _____	 _____	<b>О.В. Пасько</b> _____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.