

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

*Институт гостиничного бизнеса и туризма*

Рекомендовано МССН

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Наименование дисциплины **Формирование ассортимента и ценообразование  
в ресторанном бизнесе**

Рекомендуется для направления подготовки

**43.03.03 «Гостиничное дело»**

*(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)*

Направленность программы (профиль) **Международный ресторанный бизнес**  
*(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))*

Москва  
2021

## 1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины - освоение теоретических знаний в области ценообразования и ассортиментной политике на предприятиях общественного питания, выявления потребностей и средств для их удовлетворения, стимулирования сбыта, проведения маркетинговых исследований на рынке услуг питания, формирование необходимых компетенций

Основные задачи, решаемые в ходе преподавания дисциплины:

- изучить специфику маркетинговой деятельности в процессе управления предприятием общественного питания;
- рассмотреть маркетинговые подходы к формированию ассортиментной политики предприятия общественного питания;
- определить маркетинговый подход к ценообразованию в предприятии общественного питания;
- приобрести умения разработки и реализации стратегии маркетинга в предприятиях общественного питания.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Формирование ассортимента и ценообразование в ресторанном бизнесе» относится к вариативной компоненте базовой части дисциплин Блока1 учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

### Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
Общепрофессиональные компетенции			
1	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности ОПК-5	<ul style="list-style-type: none"><li>• Прикладная математика, математические методы и модели в профессиональной сфере</li><li>• Экономика организаций профессиональной сферы</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Предпринимательство в профессиональной сфере</li> <li>• Организация гостиничного дела</li> <li>• Проектирование и стартап предприятий сферы гостеприимства</li> <li>• Бизнес-планирование в профессиональной сфере</li> </ul>	
<b>Профессиональные компетенции</b>			
2	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания ПКР-2	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Маркетинг организаций профессиональной сферы</li> <li>• Предпринимательство в профессиональной сфере</li> <li>•Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Преддипломная практика</li> <li>•Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– способность принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности ОПК-5;

– способность применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания ПКР-2.

В результате изучения дисциплины учащийся должен:

**ЗНАТЬ:**

– методы изучения спроса на продукцию производства предприятия питания, классификацию потребителей и основы теории их поведения;

– ассортимент продаваемой продукции производства и услуг внутри и вне предприятия питания, классификацию средств маркетинга, их характеристику, рыночный жизненный цикл товаров и его этапы;

– все фазы организации производства и организации обслуживания на предприятиях питания различных типов и классов, основные понятия, цели, задачи, направления ценовой политики, классификацию цен, стратегии ценообразования.

#### УМЕТЬ:

- обеспечивать обратную связь с потребителями, устанавливать основные виды потребностей, определять методику работы с клиентской базой;
- осуществлять поиск, анализ и оценку информации для подготовки и принятия управленческих решений по совершенствованию организации производства и обслуживания на предприятиях общественного питания, определять этап рыночного жизненного цикла конкретного товара (продукции, услуг);
- определять цели и ставить задачи отделу продаж по ассортименту продаваемой продукции производства, анализировать информацию по результатам продаж и принимать решения в области контроля процесса продаж, анализировать и оценивать эффективность сбытовой политики предприятия, разрабатывать предложения по выбору поставщиков для предприятий питания;
- разрабатывать мероприятия по выявлению потребностей, в соответствии с которыми выбирается стратегия и тактика предприятия общественного питания, осуществлять методику расчетов прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания.

#### ВЛАДЕТЬ:

- навыками разработки ассортимента предприятия питания;
- принципами ценообразования у конкурентов, проведением оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности.
- методами экономического анализа неконтролируемых и контролируемых факторов и прогнозом их влияние на деятельность предприятия общественного питания.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
		7	9
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	36/34	36	34
В том числе:	-	-	-
Лекции (Л)	18/17	18	17
Практические занятия (ПЗ)	18/17	18	17
В том числе в интерактивной форме	8/7	8	7
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	54/74	54	74

<b>Контроль (зачет с оценкой)</b>		18	18	-
Общая трудоемкость	час	108	108	108
	зач. ед.	3	3	3

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
1	Поведение потребителей на рынке услуг предприятий общественного питания	Значение типологий потребителей продукции и услуг общественного питания. Сущность покупательского поведения. Модель покупательского поведения. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение. Этапы взаимодействия с потребителем в процессе обслуживания. Потребности, удовлетворяемые услугами общественного питания. Ролевые отношения в сервисном взаимодействии. Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров. Виды спроса, их краткая характеристика. Особенности поведения потребителей услуг общественного питания.
2	Товарная политика предприятия	Товарная политика: приемы формирования спроса. Специфика товарного ассортимента и его управление. Создание новой продукции: обоснование необходимости, уровни, этапы и жизненный цикл товара. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг. Критерии оценки качества и конкурентоспособности услуг и их характеристика. Методология оценки конкурентоспособности услуги. Управление качеством услуг.
3	Ценовая политика в комплексе маркетинга	Рыночные основы цены и ценовой политики предприятия. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, оказывающие влияние на ценообразование. Особенности установления цены на товары и услуги в системе общественного питания. Управление ценой предложения. Система скидок и надбавок в предприятиях общественного питания. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними. Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий.

**5.2 Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами**

№	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№№ разделов дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин		
		1	2	3
1.	Преддипломная практика	+	+	+
2.	Подготовка и защита выпускной квалификационной работы	+	+	+

**5.3. Разделы дисциплин и виды занятий**

**Для очной формы обучения**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Л	ПЗ	СРС	Всего
<b>7 семестр Е модуль</b>					
	<b>Раздел 1. Поведение потребителей на рынке услуг предприятий общественного питания.</b>				
1	Тема 1. Сущность покупательского поведения.	2	1	7	10
2	Тема 2. Особенности поведения потребителей услуг общественного питания.	4	2	7	13
	<b>Раздел 2. Товарная политика предприятия.</b>				
3	Тема 3. Специфика товарного ассортимента и его управление.	2	4	5	11
4	Тема 4. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.	2	2	7	11
5	Тема 5. Методология оценки конкурентоспособности услуги.	2	2	7	11
	<b>Раздел 3. Ценовая политика в комплексе маркетинга.</b>				
6	Тема 6. Особенности установления цены на товары и услуги в системе общественного питания.	2	2	7	11
7	Тема 7. Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей.	2	4	7	13
8	Тема 8. Виды цен, характерные для разных стратегий.	2	1	7	10
	Контроль (зачет с оценкой)				18
	Всего	18	18	54	108

**Для очно-заочной формы обучения**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Л	ПЗ	СРС	Всего
-------	-----------------------------	---	----	-----	-------

9 семестр					
	<b>Раздел 1. Поведение потребителей на рынке услуг предприятий общественного питания.</b>				
1	Тема 1. Сущность покупательского поведения.	2	1	10	13
2	Тема 2. Особенности поведения потребителей услуг общественного питания.	3	2	9	14
	<b>Раздел 2. Товарная политика предприятия.</b>				
3	Тема 3. Специфика товарного ассортимента и его управление.	2	3	9	14
4	Тема 4. Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.	2	2	9	13
5	Тема 5. Методология оценки конкурентоспособности услуги.	2	2	9	13
	<b>Раздел 3. Ценовая политика в комплексе маркетинга.</b>				
6	Тема 6. Особенности установления цены на товары и услуги в системе общественного питания.	2	2	9	13
7	Тема 7. Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей.	2	4	9	15
8	Тема 8. Виды цен, характерные для разных стратегий.	2	1	10	13
	Контроль (зачет с оценкой)				
	Всего	17	17	74	108

## 6. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен.

## 7. Практические занятия (семинары)

### Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час)
1	1	Сущность покупательского поведения.	1
2	1	Особенности поведения потребителей услуг общественного питания.	2
3	2	Специфика товарного ассортимента и его управление. *	4
4	2	Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.	2
5	2	Методология оценки конкурентоспособности услуги.	2

6	3	Особенности установления цены на товары и услуги в системе общественного питания.	2
7	3	Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. *	4
8	3	Виды цен, характерные для разных стратегий.	1

\*занятия проходят в интерактивной форме

### **Очно-заочная форма обучения**

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час)
1	1	Сущность покупательского поведения.	1
2	1	Особенности поведения потребителей услуг общественного питания.	2
3	2	Специфика товарного ассортимента и его управление. *	3
4	2	Услуги и продукция общественного питания: их специфика, сфера применения услуг.	2
5	2	Методология оценки конкурентоспособности услуги.	2
6	3	Особенности установления цены на товары и услуги в системе общественного питания.	2
7	3	Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. *	4
8	3	Виды цен, характерные для разных стратегий.	1

\*занятия проходят в интерактивной форме

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Аудитория, оборудованная персональными компьютерами, мультимедийным проектором и проекционным экраном, учебно-тренинговый центр по туризму и гостиничному делу, учебно-тренинговая лаборатория «Банкетный зал».

### **9. Информационное обеспечение дисциплины**

- а) Windows, Microsoft Office, Интернет
- б) <http://esystem.pfur.ru/> Телекоммуникационная учебно-информационная система РУДН;
- в) <http://lib.rudn.ru/> Электронная библиотечная система РУДН
- г) ресурсы сети Интернет:
  - <http://mir-restoratora.ru/> Мир ресторатора. Портал ресторанного, гостиничного и туристического бизнеса



- <http://SuperChefs.ru/> профессиональный интернет-портал шеф-поваров, кондитеров, барменов, бариста, сомелье, специализированный проект Альянса профессионалов индустрии питания (APFI).

- <http://Cateringconsulting.ru/> Первый в России профессиональный сайт, посвященный кейтеринг индустрии.

## **10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

### **Нормативные правовые акты.**

1. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 29.07.2018) "О защите прав потребителей" [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

### **Основная литература**

1. Магомедов, Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: учебник / Ш.Ш. Магомедов. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 176 с.: ил. - (Серия «Учебные издания для бакалавров»). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02529-7; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496208>

2. Шуляк, П.Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк. - 13-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 193 с.: ил. - ISBN 978-5-394-01387-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495830>

### **Дополнительная литература**

1. Васюкова, А.Т. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник / А.Т. Васюкова, Т.Р. Любецкая; под ред. А.Т. Васюковой. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 416 с.: ил. - (Серия «Учебные издания для бакалавров»). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02181-7; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496172>

2. Кухня народов мира: учебное пособие / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет»; авт.-сост. В.В. Марченко, Н.В. Судакова. - Ставрополь: СКФУ, 2016. - 149 с. - Библиогр. в кн.; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459071>

3. Мазанкова, Т.В. Ресторанный рынок на современном этапе и проблемы его развития: сборник статей / Т.В. Мазанкова, Т.А. Ильина, Е.К. Соколова. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 115 с.: ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3959-7; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362888>

4. Насыри, К. Наставления повару: практическое пособие / К. Насыри; Институт экономики, управления и права (г. Казань). - Казань: Познание, 2015. - 92 с. - (Сокровищница Татарстана). - ISBN 978-5-8399-0547-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364180>

5. Шахова, Е. Что такое бизнес? / Е. Шахова, В. Правоторов, О. Гозман. - Москва: Альпина Паблишерз, 2016. - 56 с.: ил. - ISBN 978-5-9614-1221-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81485>

## **1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).**

1. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины (Приложение 1).

2. Обеспечение доступности освоения программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (Приложение 2).

## **12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).**

В данной рабочей программе фонд оценочных средств приводится в сокращении. Полный текст фонда оценочных средств содержится в Приложении 3.

Целью создания фонда оценочных средств (ФОС) является оценка персональных достижений обучающихся на соответствие их знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности поэтапным требованиям образовательной программы.

Задачи ФОС:

– контроль и управление процессом приобретения обучающимися необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ОС ВО РУДН и ФГОС;

– оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины с выделением положительных (или отрицательных) результатов;

– обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс.

**Планируемые уровни оценки компетенции:**

– **пороговый** уровень (как обязательный для всех обучающихся по завершении освоения образовательной программы), предполагает 51-68 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «удовлетворительно»;

– **продвинутый** уровень (превышение минимальных характеристик

сформированности компетенции для выпускника), предполагает 69-85 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «хорошо»;

– **высокий** уровень (максимально возможная выраженность компетенции, ориентир для самосовершенствования), предполагает 86-100 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «отлично».

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, входящий в состав рабочей программы дисциплины, включает в себя:

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


Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, 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, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

### **Разработчики:**

Профессор

должность, название кафедры



О.В. Пасько

инициалы, фамилия

Руководитель программы

Зам. директора, к.пед.н.

должность, название кафедры



Л. В. Куikliна

инициалы, фамилия