

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.05.2026 12:20:08
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Высшая школа управления

(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)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса» входит в программу бакалавриата «Международный ресторанный бизнес» по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса. Дисциплина состоит из 8 разделов и 8 тем и направлена на изучение основных форм и методов организации, реализации и стимулирования продаж в ресторанном бизнесе; техники и технологий взаимоотношений с клиентом при реализации ресторанных услуг; технологического инструментария ведения переговоров с клиентом, практики работы с прикладными пакетами программного обеспечения, интернет-технологиями при решении конкретных задач реализации и документационного оформления продаж ресторанных услуг.

Целью освоения дисциплины 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;
ПК-8	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-8.1 Проводит анализ системы ценообразования и тарифной политики организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания; ПК-8.2 Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений; ПК-8.3 Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий международной сферы гостеприимства и общественного питания; ПК-8.4 Проводит выбор систем автоматизации предприятий международной сферы гостеприимства и общественного питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия;
ПК-9	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-9.1 Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания; ПК-9.2 Разрабатывает программу продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства и

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		общественного питания в среде интернет; ПК-9.3 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 обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования 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	Маркетинг организаций профессиональной сферы;	Преддипломная практика; Предпринимательство в профессиональной сфере; Мировые тренды в ресторанном бизнесе;
ПК-8	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Маркетинг организаций профессиональной сферы;	Преддипломная практика; Формирование ассортимента и ценообразование в ресторанном бизнесе;
ПК-9	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Маркетинг организаций профессиональной сферы; Международная барная индустрия, сервис вина и напитков; Международные кулинарные концепции; Программное обеспечение и автоматизация в профессиональной сфере;	Управление брендом в ресторанном бизнесе; Преддипломная практика;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			6
Контактная работа, ак.ч.	52		52
Лекции (ЛК)	26		26
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	26		26
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65		65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27		27
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			8
Контактная работа, ак.ч.	48		48
Лекции (ЛК)	24		24
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	24		24
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	60		60
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36		36
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение в курс. Роль продвижения в организации продаж и экономической деятельности предприятия ресторанного бизнеса.	1.1	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, СЗ
Раздел 2	Управление каналами продвижения и продаж в деятельности ресторанного предприятия.	2.1	Сущность и функции каналов распределения товаров и услуг.	Сущность и функции каналов распределения товаров и услуг. Виды и уровни каналов продаж предприятия ресторанной сферы. Роль агента в управлении продвижением услуг питания. Корпоративный канал и продвижение услуг питания.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Комплекс маркетинговых коммуникации в продвижении товаров и услуг предприятия ресторанного бизнеса.	3.1	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, СЗ
Раздел 4	Цифровизация в организации продаж на глобальном рынке. Электронные сервисы продвижения ресторанных услуг.	4.1	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, СЗ
Раздел 5	Техника прямых продаж гостиничных услуг. Цикл продаж.	5.1	Техника и технология прямых продаж. Этапы 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, СЗ
Раздел 6	Специфика организации продвижения услуг ресторана в сфере гостеприимства.	6.1	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, СЗ
Раздел 7	Нормативное и документационное обеспечение продаж в	7.1	Права и обязанности сторон при осуществлении продаж услуг ресторанного предприятия.	Обзор нормативно правовых документов, регламентирующих продажи. Двухсторонние соглашения. Оформление первичных финансовых документов.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
	ресторанном бизнесе.				
Раздел 8	Эффективность продвижения и продаж.	8.1	Экономическая оценка эффективности продаж.	Структура, динамика продаж и рентабельность продаж. Расчет прибыли. Методы повышения эффективности продаж.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские 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.	Учебно-тренинговая лаборатория "Банкетный зал", Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг в общественном питании: учебник для вузов / С. Б. Жабина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18828-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585961>

2. Маркетинг услуг : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19490-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569147>

Дополнительная литература:

1. 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>

2. 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.

3. 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>
4. 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>
5. Организация ресторанного бизнеса: учебное пособие / Ю. В. Жилкова, З. В. Макаренко, Л. А. Насырова, В. И. Шариков. — Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2014. — 192 с. — ISBN 978-5-4377-0026-6. — Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/90690>
6. 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>
7. 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>
8. 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
9. 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 <https://mega.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
 - ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>
 2. Базы данных и поисковые системы
 - Sage <https://journals.sagepub.com/>
 - Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
 - Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
 - Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>
- 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».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Старший преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Егорова Татьяна

Викторовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Горяинов Константин

Станиславович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Маврина Нелли

Федоровна

Фамилия И.О.