

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 27.04.2023 10:05:38
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. заведующего кафедрой
/Воротников И.Л./
«27» 08 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана факультета
/Лукьяненко А.В./
«27» 08 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина	Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса
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	Очная

Разработчик(и): доцент, Минеева Л.Н. 

Саратов 2019

1. Целью освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» является формирование у обучающихся навыков организации рекламных кампаний, PR-кампаний, промоушн-кампаний с учетом финансовых возможностей организации и способности последующей оценки их эффективности; а также умение нести ответственность за принятые решения.

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 вариативной части по выбору обучающегося.

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

Дисциплина «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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	рекламный процесс ресторанного бизнеса, виды и формы рекламы, организацию рекламных акций ресторанного бизнеса, оценку их эффективности;	использовать эффективные методы продвижения услуг предприятий ресторанного бизнеса	навыками организации рекламной кампании предприятий ресторанного бизнеса, пиар-кампании, кампании директ-майл;

		<i>обоснование и расчеты прибыли и затрат в рамках запланированного объема выпуска продукции питания</i>			
2	ПК-31	<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>методы стимулирования сбыта с учетом разного вида спроса на рынке ресторанного бизнеса, объекты, субъекты рекламы, средства продвижения продукции в ресторанном бизнесе, сферу применения и правовое регулирование рекламной деятельности, мероприятий по стимулированию сбыта в ресторанном бизнесе, этапы организации пиар-акций, способы оценки их эффективности; эффективные приёмы сейлз-промоушн</i>	<i>использовать эффективные методы продвижения услуг предприятий ресторанного бизнеса; составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организаций ресторанного бизнеса и целесообразности, организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность; организовывать пиар-кампании; организовывать кампании по стимулированию сбыта</i>	<i>навыками организации рекламной кампании предприятий ресторанного бизнеса, пиар-кампании, кампании директ-майл;</i>

4. Объём, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Таблица 2

Объем дисциплины

Количество часов***	
Всего	<i>в т.ч. по семестрам</i>

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Контактная работа – всего, в т.ч.	40,1						32,1				
<i>аудиторная работа:</i>	40						32				
лекции	20						16				
лабораторные											
практические	20						16				
<i>промежуточная аттестация</i>	0,1						0,1				
<i>контроль</i>	-						-				
Самостоятельная работа	31,9						39,9				
Форма итогового контроля	3						3				
Курсовой проект (работа)	-						-				

Таблица 3

Структура и содержание дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса»

№ п/п	Тема занятия. Содержание	Неделя семестра	Контактная работа			Самостоятельная работа	Контроль знаний	
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов	Количество часов	Вид	Форма
1	2	3	4	5	6	7	8	9
8 семестр								
1.	Реклама в системе интегрированных МК. Реклама как основной элемент системы маркетинговых коммуникаций. Функции, задачи, требования к рекламе. Организация и управление рекламной деятельностью на предприятии. Изучаются основные направления рекламной деятельности предприятия.	1	Л	В	2	-	-	УО
2.	Реклама в системе интегрированных МК. Изучается структура и функции рекламного отдела на предприятии. Продвижение услуг в ресторанном бизнесе. Место рекламы в комплексе продвижения услуг	2	ПЗ	Т	2	10	ВК	КР Т
3	Реклама в системе интегрированных МК Основы медиапланирования. Тизерная реклама. Виды рекламы. Задачи рекламы в	3	Л	В	2		ТК	УО

	ресторанном бизнесе. Разработка и реализация стратегии рекламы в ресторанном бизнесе							
4	Реклама в системе интегрированных МК ресторанного бизнеса. Анализ поведения посетителей кафе и рестораном	4	ПЗ	МК	2		ТК	КР
5	Реклама в системе интегрированных МК Современные рекламные средства для предприятий ресторанного бизнеса. Выбор средств рекламы. Принципы формирования рекламного бюджета для предприятий ресторанного бизнеса.	5	Л	Т	2		ТК	УО
6	Реклама в системе интегрированных МК ресторанного бизнеса Роль рекламы в современной системе управления. Явная и скрытая эффективность прямого маркетинга. Управление слухами	6	ПЗ	Т	2	10	ТК	УО
7	Связи с общественностью в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций Роль PR в комплексе маркетинговых коммуникаций. История развития PR. Функциональные составляющие PR. Этапы проведения PRкампании предприятий ресторанного бизнеса. Управление PRдеятельностью. Исследования в PR. Формирование имиджа предприятия.	7	Л	Т	2		ТК	УО
8	Связи с общественностью в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. История и развитие PR, основные принципы PR. Функции и основные мероприятия ПР. Эффективность ПР-деятельности, основные показатели эффективности. Практика проведения ПР-кампании и её основные этапы.	8	ПЗ	Т	2		РК	УО
9	Прямой маркетинг в системе интегрированных МК Прямой маркетинг. Характеристики основных каналов прямого маркетинга. Личные продажи. Деловые переговоры. Работа торгового агента.	9	Л	Т	2		ТК	УО
10	Прямой маркетинг в системе интегрированных МК. Основные каналы прямого маркетинга предприятий ресторанного бизнеса. Эффективность и преимущества прямого маркетинга. Современные виды прямого маркетинга предприятий ресторанного	10	ПЗ	МК	2		ТК	УО

	бизнеса.							
11	Стимулирование сбыта и продаж в ИМК Стимулирование сбыта в системе маркетинговых коммуникаций. Система мер и приемов стимулирования продаж. Основные мероприятия по стимулированию сбыта ресторанного бизнеса. Основные этапы организации кампании стимулирования сбыта.	11	Л	Т	2		ТК	УО
12	Стимулирование сбыта и продаж в ИМК. Основные приемы стимулирования сбыта, направленные на потребителей и на посредников. Приемы стимулирования сбыта направленные на торговый персонал предприятий ресторанного бизнеса. Особенности стимулирования сбыта как средства маркетинговых коммуникаций. Типы адресатов при проведении кампаний стимулирования сбыта.	Неполная неделя	ПЗ	Т	2	10	ТК	КР
13	Другие инструменты МК Интернет-маркетинг. Мерчендайзинг предприятий ресторанного бизнеса. Нестандартные проекты. Рекламные мероприятия, связанные с проведением ярмарок и выставок.	Неполная неделя	Л	Т	2		ТК	УО
14	Инструменты маркетинговых коммуникаций: Проведение и организация выставок и ярмарок.	Неполная неделя	ПЗ	ДИ	2	10	ТК	УО
15	Эффективность рекламы и методы ее изучения	Неполная неделя	Л	Т	2		ТК	УО
16	Коммерческая и коммуникативная эффективность рекламы. Тестирование и оценка эффективности рекламы. Использование фокус-групп для тестирования рекламы	Неполная неделя	ПЗ	Т	2		ТР РК	УО КР
17	Выходной контроль				0,1		ВыхК	3
Итого:					32,1	39,9		

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: ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, ТР – творческая работа, ВыхК – выходной контроль.

Форма контроля: УО – устный опрос, КР – контрольная работа, Т - тестирование, КЛ – конспект лекции, Д – доклад, З.– зачет.

5. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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	Автор(ы)	Место издания,	Используется при изучении
-------	--	----------	----------------	---------------------------

	библиотеке		издательство, год	разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1	Реклама https://znanium.com/catalog/product/1002350	В.Л., Музыкан т	М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2019.	Все разделы
2	Реклама https://znanium.com/catalog/product/1027287	Ф. Джефкин с	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. Марочки на	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. Герасимо в, Н. В. Молотков а	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

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 Acadm 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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» кафедры «Менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» имеются аудитории № 6, С-218, 418.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал библиотеки УК №3) 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
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
«Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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 подтверждающего документа: 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	<i>Вспомогательное программное обеспечение:</i> Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPK OLV E 1Y Acdmc Ent Предоставление неисключительных прав на ПО: Microsoft Office 365 Pro Plus Open Students Shared Server All Lng SubsVL OLV NL IMth Acdmc Stdnt 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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «27» августа 2019 года (протокол № 1).

И.о. заведующий кафедрой

(подпись)

И.Л. Воротников

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса»**

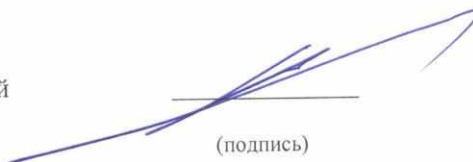
Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины
«Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» на 2019/2020 учебный год:

Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения

Наименование программы	Примечание
ESET NOD 32 Реквизиты подтверждающего документа: 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.	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 «Солярис Технолоджис», 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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК» «27» августа 2019 года (протокол № 1).

И.о. заведующий кафедрой



(подпись)

И.Л. Воротников

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса»**


Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» на 2020/2021 учебный год: добавлен новый источник 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	Маркетинговые коммуникации: учебник https://znanium.com/catalog/product/1002563	Е.С. Григорян	Москва :ИНФРА-М, 2020. — 294 с. — (Высшее образование: Бакалавриат) . — DOI 10.12737/1002563. - ISBN 978-5-16-014741-3.	Все разделы

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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
«Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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. 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>	Срок действия контракта истек
<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. Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.</p>	Заклучен новый договор сроком на 1 год (11.12.2020 г. - 10.12.2021 г.)
<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. Контракт № А-032 на передачу неисключительных (пользовательских) прав на программное обеспечение от 23.12.2019 г.</p>	Срок действия контракта истекает 23.12.2020 г.
<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. 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>	Заклучен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2021 г.)

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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
«Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса»

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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 «Рекламные коммуникации ресторанного бизнеса» 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