

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ульяновский государственный педагогический университет
имени И.Н. Ульянова»
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет физико-математического и технологического образования
Кафедра технологий профессионального обучения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической
работе
И.О. Петрищев
« 30 » *августа* 2017 г.

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Программа учебной дисциплины вариативной части

для направления подготовки
44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)
(шифр и наименование)
направленность (профиль) образовательной программы
Технология и организация ресторанного сервиса
(заочная форма обучения)

Составитель: Назаренко А.В., д.п.н.,
профессор кафедры технологий
профессионального обучения

Рассмотрено и утверждено на заседании ученого совета факультета физико-математического и технологического образования, протокол от « 04 » июля 2017 г. № 11

Ульяновск, 2017

1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Продвижение товаров и услуг в ресторанном бизнесе» включена в базовую часть Блока 1 Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), направленность (профиль) образовательной программы «Технология и организация ресторанного сервиса», заочной формы обучения.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью освоения дисциплины «Продвижение товаров и услуг в ресторанном бизнесе» является:

формирование у студентов необходимых теоретических и прикладных знаний, практических умений и навыков управления маркетингом товаров и услуг в организациях общепита.

Этап формирования	теоретический	модельный	практический
	знает	умеет	владеет
Компетенции			
способностью организовывать и осуществлять учебно-профессиональную и учебно-воспитательную деятельность в соответствии с требованиями профессиональных и федеральных государственных образовательных стандартов в ОО (ПК-3)	<p>ОР-1 требования ФГОС СПО, содержание примерных или типовых образовательных программ, учебников, учебных пособий (в зависимости от реализуемой образовательной программы, преподаваемого учебного предмета, курса, дисциплины (модуля).</p> <p>ОР-2 - роль преподаваемого учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) в основной профессиональной образовательной программе СПО, и(или)</p>	<p>ОР-3 -выполнять деятельность и демонстрировать элементы деятельности, осваиваемой обучающимися, и выполнять задания, предусмотренные программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля); использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся.</p> <p>ОР-4 - применять современные технические средства обучения и образовательные технологии, в том числе при необходимости использовать информационно-коммуникационные технологии, электронные образовательные и информационные ресурсы.</p>	<p>ОР-5 - навыками выполнения деятельности, осваиваемой обучающимся, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)</p> <p>ОР-6 - навыками использования педагогически обоснованных форм, методов и приемов организации деятельности и обучающихся; навыками</p>

		образовательной программе профессионального обучения; преподаваемую область научного (научно-технического) знания и профессиональной деятельности, актуальные проблемы и тенденции ее развития.		применения современных технических средств обучения и образовательных технологий
готовностью к анализу организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26)	к и в	ОР-7 - правовые и основы предпринимательства ОР-8 - экономические основы предпринимательства	ОР-9 - применять правовые нормы для решения профессионально-педагогических задач в сфере экономической и хозяйственно-правовой деятельности; ОР-10 - определять экономические результаты хозяйственной деятельности.	ОР-11 - базовыми навыками организации экономической и хозяйственно-правовой деятельности. ОР-12 - базовыми умениями организации экономической и хозяйственно-правовой деятельности.
готовностью к организации образовательного процесса применения интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-27).	к с и	ОР-13 - современные интерактивные (в том числе, дистанционные) образовательные технологии и формы электронного обучения ОР-14 - основные	ОР-15 - применять интерактивные образовательные технологии для решения профессионально-педагогических задач ОР-16 - производить обоснованный выбор программно-аппаратной платформы для организации сетевого хранилища образовательного контента; организовать и поддерживать в актуальном состоянии базы	ОР-17 -. интерактивными образовательными технологиями ОР-18 - навыками организации проводного и

	требования к подготовке мультимедийного контента для загрузки в модульную объектно-ориентированную динамическую учебную среду свободной системы управления обучением MOODLE	данных: электронные библиотеки, медиатеки и др..	беспроводного доступа к локальной и глобальной информационной сети, а также навыками дистанционного управления удаленными компьютерами.
--	---	--	---

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы *(должно полностью соответствовать учебному плану данной образовательной программы)*

Дисциплина «Рекламные технологии в ресторанном бизнесе» является дисциплиной базовой части Блока 1 Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям), направленность (профиль) образовательной программы «Технология и организация ресторанного сервиса», заочной формы обучения (Б1.В.ДВ.6.2. Рекламные технологии в ресторанном бизнесе).

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках школьных курсов «Химия», «Биология», «Технология» или соответствующих дисциплин среднего профессионального образования, а также ряда дисциплин учебного плана, изученных обучающимися в 1 семестре: Русский язык и культура речи, Математика, Психология, Педагогика, Черчение, Этика в ресторанном бизнесе; во 2 семестре: Физика, История, Психология, Педагогика; в 3 семестре: Психология, Основы экономики, Педагогика, Информатика, Философия, Психология делового общения; в 4 семестре: Психология, Педагогика, Информационные технологии в профессиональной деятельности; в 5 семестре: Психология, Педагогика, Обслуживание потребителей организаций общественного питания.

Результаты изучения дисциплины «Рекламные технологии в ресторанном бизнесе» являются теоретической и методологической основой для изучения дисциплин: Эргономика, Организация производства на предприятиях общественного питания, Организация работы бара, Социальные виды общественного питания, Методика организации профориентационной работы.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся:

Номер семестра			Учебные занятия					В том числе объем учебной работы с применением интерактивных форм	Форма итоговой аттестации
	Всего		Лекции, час	Лабораторные занятия, час	Практич. Занятия, час	Зачет, час	Самостоят. Работа, час		
	Трудоемк.								
	Зач. ед.	Часы							
5	2	72	2	-	6		58	2	зачет
Итого:	2	72	2	-	6		58	2 (25%)	

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий, оформленных в виде таблицы:

Наименование раздела и тем	Количество часов по формам организации обучения				
	Лек ц. заня тия	Лаб. заня тия	Пра кт. заня тия	Сам ост. рабо та	Объе м уч. раб. с прим. интер
6 семестр					
Раздел 1 Понятие продвижения, особенности продвижения в отраслях.	0,5		2	18	0,5
Раздел 2. Современные инструменты продвижения товаров и услуг.	0,5		2	20	0,5
Раздел 3. Планирование и организация процесса продвижения.	1		2	20	1
ИТОГО 6 семестр:	2		6	58	2 (25%)

5.2. Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины

Раздел 1. Понятие продвижения, особенности продвижения в отраслях.

Тема 1. Роль и место продвижения товаров и услуг в маркетинговой деятельности организации.

Роль позиционирования в процессе продвижения. Процесс маркетинговых коммуникаций. Классификация маркетинговых коммуникаций. Современный подход к маркетинговым коммуникациям (инструментам продвижения). Виды и типы рекламных носителей. Практические рекомендации по формированию стратегии продвижения.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 2. Особенности продвижения услуг.

Услуги и их классификация. Модели маркетинга услуг и их роль в продвижении услуг. Особенности услуг. Конкурентные преимущества и ценности в сфере услуг. Наиболее эффективные инструменты продвижения в сфере услуг.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 3. Особенности продвижения на промышленном рынке.

Промышленный маркетинг и его особенности. Особенности конкурентной борьбы на промышленном рынке. Потребитель на промышленном рынке. Особенности коммуникаций и продвижения на промышленном рынке. Наиболее эффективные методы продвижения на промышленных рынках.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Раздел 2. Современные инструменты продвижения товаров и услуг.

Тема 4. Малобюджетные способы продвижения товаров и услуг.

Сущность и причины малобюджетного продвижения. Способы малобюджетного продвижения. Информационные потоки и заменители денег. Недостатки малобюджетного продвижения.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 5. Мобильный маркетинг.

Преимущества и ограничения мобильного маркетинга. Инструменты и вид мобильного маркетинга. Технологическое обеспечение мобильного маркетинга и его задачи. Характеристика потребителей при мобильном продвижении. Оценка эффективности мобильного маркетинга.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 6. Продвижение посредством сети INTERNET.

Значение Интернет-маркетинга для современных компаний. Бизнес-модели в Интернете. Коммуникационная политика в Интернете. Сайт компании. Особенности разработки сайта. Способы привлечения внимания потребителей к сайту. Тип продвижения в сети Интернет. Ограничения Интернет-методов. Эффективность Интернет-маркетинга.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 7. Нестандартные методы продвижения товаров и услуг.

Причины снижения эффективности традиционных методов продвижения. Понятие и методика латерального маркетинга. Сущность, формы и метод вирусного продвижения. Сенсорный брендинг как вид нестандартного продвижения.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Раздел 3. Планирование и организация процесса продвижения.

Тема 8. Организация и управление процессом продвижения товаров и услуг. Бюджет.

Процесс управления продвижением и его этапы. Выбор и обоснование маркетинговых коммуникаций. Разработка плана-программы продвижения. Бюджетирование деятельности по продвижению.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

Тема 9. Оценка эффективности продвижения товаров и услуг.

Сущность и роль оценки эффективности маркетинговых коммуникаций. Показатели эффективности мероприятий по продвижению.

Интерактивная форма: групповое обсуждение.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме подготовки к устным докладам (мини-выступлениям). Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме:

- подготовка к защите контрольной работы;

Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы мини-выступлений)

1. Сегментация потребителей услуг.
2. Модель поведения потребителей услуг «анализ выгоды –издержки».
3. Модель поведения потребителей услуг «парадигма не подтверждения ожиданий».
4. Интегрированная модель поведения потребителей услуг.
5. Построение эффективных отношений с клиентами при оказании услуг.
6. Работа «с трудными» и «проблемными» клиентами. Работа с рекламациями и жалобами.
7. Построение матриц восприятия.
8. Особенности промо-акций на рынке услуг.
9. Интернет как технология продвижения услуг.
10. Марочная политика в сфере услуг.
11. Клиентская лояльность, ее сущность, формирование.
12. Этапы процесса управления маркетингом услуг.
13. Система отслеживания потребительской удовлетворенности.
14. Система восстановления услуги.
15. Система удержания потребителей.

Тематика контрольных работ.

1. Услуга и ее роль в современной экономике
2. Характеристики отраслевых рынков услуг
3. Особенности потребления и потребительского поведения на рынке услуг.
4. Естественные монополии в сфере услуг.
5. Этапы маркетингового цикла в сфере услуг.
6. Организация маркетинга в компании, функционирующей на рынке услуг.
7. Окружающая среда маркетинга фирмы услуг, ее специфика в различных отраслях.
8. Микросреда маркетинга фирмы, производящей услуги.
9. Макросреда маркетинга фирмы, производящей услуги.
10. Сегментация на рынке услуг.
11. Позиционирование услуг.
12. Методы регулирования спроса и предложения в сфере услуг.
13. Инновационная и ассортиментная политика в сфере услуг.
14. Конкуренция в сфере услуг.
15. Маркетинг услуг на дому.
16. Интернет –маркетинг в сфере услуг.
17. Специфика маркетинга туристических услуг.
18. Применение инструментов маркетинга в развитии ресторанного бизнеса.
19. Маркетинг в сфере банковского обслуживания.
20. Образовательные услуги: соответствия образовательным потребностям или модным трендам.

Перечень учебно-методических изданий кафедры по вопросам организации самостоятельной работы обучающихся

1. Организационный конфликт-менеджмент: теория и практика [Текст] : методические рекомендации для магистрантов направления подготовки 38.04.03 / А. В. Черных, Г. М. Сафина ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 63 с.

Компетенции	Этапы формирования компетенций	Знать	Уметь	Владеть
<p>способностью организовывать и осуществлять учебно-профессиональную и учебно-воспитательную деятельность в соответствии с требованиями профессиональных и федеральных государственных образовательных стандартов в ОО СПО (ПК-3)</p>	<p>Теоретический (знать)</p> <p>- требования ФГОС СПО, содержание примерных или типовых образовательных программ, учебников, учебных пособий (в зависимости от реализуемой образовательной программы, преподаваемого учебного предмета, курса, дисциплины (модуля).</p> <p>- роль преподаваемого учебного предмета, курса, дисциплины (модуля) в основной профессиональной образовательной программе СПО, и(или) образовательной программе профессионального обучения; преподаваемую область научного (научно-технического) знания и профессиональной деятельности, актуальные</p>	<p>ОР-1</p> <p>- основные теоретические понятия маркетинга в сфере услуг</p> <p>ОР-2</p> <p>- маркетинговые стратегии предприятий сферы услуг</p>		

	проблемы и тенденции ее развития.			
способностью организовывать и осуществлять учебно-профессиональную и учебно-воспитательную деятельности в соответствии с требованиями профессиональных и федеральных государственных образовательных стандартов в ОО СПО (ПК-3)	<p>Модельный (уметь)</p> <p>выполнять деятельность и демонстрировать элементы деятельности, осваиваемой обучающимися, и выполнять задания, предусмотренные программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля);</p> <p>использовать педагогически обоснованные формы, методы и приемы организации деятельности обучающихся.</p> <p>- применять современные технические средства обучения и образовательные технологии, в том числе при необходимости использовать информационно-коммуникационные технологии, электронные образовательные и информационные ресурсы.</p>		<p>ОР-3</p> <p>- анализировать маркетинговую среду бизнеса в сфере услуг</p> <p>ОР-4</p> <p>- разрабатывать маркетинговые стратегии для предприятий сферы услуг, исходя из результатов ситуационного анализа и цели предприятия</p>	
способностью организовывать и осуществлять учебно-профессиональную и	<p>Практический (владеть)</p> <p>навыками выполнения</p>			<p>ОР-5</p> <p>- умениями и навыками организации рекламной кампании</p>

<p>учебно-воспитательную деятельность в соответствии с требованиями профессиональных и федеральных государственных образовательных стандартов в ОО СПО (ПК-3)</p>	<p>деятельности, осваиваемой обучающимися, предусмотренной программой учебного предмета, курса, дисциплины (модуля)</p> <p>- навыками использования педагогически обоснованных форм, методов и приемов организации деятельности обучающихся; навыками применения современных технических средств обучения и образовательных технологий</p>			<p>и оценки эффективной рекламы</p> <p>ОР-6</p> <p>- методами исследования и анализа рекламных рынков</p>
<p>готовностью к анализу организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26)</p>	<p>Теоретический (знать) правовые и экономические основы предпринимательства</p>	<p>ОР-7</p> <p>- особенности экономического поведения организаций на промышленном и потребительском рынках, сферы услуг и товаров и специфику применения инструментов продвижения в зависимости от этих особенностей</p> <p>ОР-8</p> <p>- специфику</p>		

			применяемых инструментов продвижения	
готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26)	Модельный (уметь) применять правовые нормы для решения профессионально-педагогических задач в сфере экономической и хозяйственно-правовой деятельности; определять экономические результаты хозяйственной деятельности.		ОР-9 - анализировать потребителей и определять в зависимости от типа потребителей (сегмента рынка) наиболее эффективные методы продвижения ОР- 10 - использовать данные исследований рынка и конкурентов для разработки программы продвижения	
готовностью к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях (ПК-26)	Практический (владеть) базовыми навыками и умениями организации экономической и хозяйственно-правовой деятельности.			ОР-11 - владеть методами исследования и анализа целевых групп потенциальных потребителей ОР- 12 - владеть навыками работы с рекламными агентствами
готовностью к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-	Теоретический (знать)	ОР- 13 - организацию рекламных акций и кампаний ОР- 14 - оценку эффективности форм и видов рекламы		

27)				
<p>готовностью к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-27)</p>	<p>Модельный (уметь) эксплуатировать и осуществлять техническое обслуживание оборудования; проводить измерения параметров микроклимата, освещенности в помещениях и уметь обеспечить их приведение к уровню, соответствующем у действующим нормам; пользоваться первичными средствами пожаротушения.</p>		<p>ОР- 15 - оценивать условия и последствия принимаемых решений</p> <p>ОР- 16 - согласовывать стратегию продвижения со стратегией маркетинга и с общей стратегией предприятия</p>	
<p>готовностью к организации образовательного процесса с применением интерактивных, эффективных технологий подготовки рабочих, служащих и специалистов среднего звена (ПК-27)</p>	<p>Практический (владеть) навыками работы с оборудованием, составляющим учебно-технологическую среду.</p>			<p>ОР- 17 - методами выбора средств продвижения, способами оценки эффективности и результативности инструментов продвижения</p> <p>ОР- 18 - такими инструментами, как товарно-рыночная матрица, соотнесение стратегии и целей программы продвижения, карта ресурсов, план-программа продвижения.</p>

2. Тайм-менеджмент [Текст] : методические указания / М. В. Рыбкина, Н. А. Богданова ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 55, [2] с.
3. По экономике и менеджменту высоких технологий [Текст] : методические разработки / М. В. Рыбкина ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 32, [1] с. — Список лит.: с. 32.
4. Управление изменениями и эффективность социального менеджмента [Текст] : методические указания / М. В. Рыбкина ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 33, [2] с
5. Технологии управления персоналом [Текст] : практикум по самоменеджменту / М. В. Короткова, А. В. Черных., С. О. Никитина, М. В. Рыбкина. — Ульяновск : ФГБОУ ВПО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 308 с.
6. Управленческое консультирование: теория и практика [Текст] : методические рекомендации / А. В. Черных, М. В. Короткова ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 121 с..
7. Современные проблемы управления персоналом: теория и практика [Текст] : методические рекомендации для магистрантов направления подготовки 38.04.03 / А. В. Черных, Н. А. Богданова ; ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова». — Ульяновск : ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И. Н. Ульянова», 2016. — 68 с..

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Организация и проведение аттестации бакалавра

ФГОС ВО в соответствии с принципами Болонского процесса ориентированы преимущественно не на сообщение обучающемуся комплекса теоретических знаний, но на выработку у бакалавра компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки бакалавров необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

Цель проведения аттестации – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

7.1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы:

	.																			
9	Тема 9. Оценка эффективности продвижения товаров и услуг	ОС-1 Групповое обсуждение ОС-4 Защита реферата	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Промежуточная аттестация		ОС-5 зачет в форме устного собеседования по вопросам																	

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания:

Оценочными средствами текущего оценивания являются: устные доклады, защита реферата. Контроль усвоения материала ведется регулярно в течение всего семестра на практических занятиях.

Критерии и шкалы оценивания

**ОС-2 Мини выступление
Критерии и шкала оценивания**

Критерий	Этапы формирования компетенций	Максимальное количество баллов
показал понимание темы, умение критического анализа информации	Теоретический (знать)	6
сформулировал аргументированные выводы	Теоретический (знать)	6
Всего:		12

ОС-4 Защита реферата

Критерий	Этапы формирования компетенций	Максимальное количество баллов
обозначил проблему и обосновал её актуальность сделал краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложил собственную позицию	Теоретический (знать)	10
сформулировал аргументированные выводы, тему раскрыл полностью, выдержал объём, соблюдал требования к внешнему оформлению	Модельный (уметь)	12
дал правильные ответы на дополнительные вопросы	Модельный (уметь)	10
Всего:		32

ОС-5 Зачет в форме устного собеседования по вопросам

При проведении зачета учитывается уровень знаний обучающегося при ответах на вопросы (теоретический этап формирования компетенций), умение обучающегося отвечать на дополнительные вопросы по применению теоретических знаний на практике и по выполнению обучающимся заданий текущего контроля (модельный этап формирования компетенций).

Критерии и шкала оценивания зачета:

Критерий	Этапы формирования компетенций	Количество баллов
Обучающийся правильно ответил на теоретический вопрос из изучаемой области.	Теоретический (знать)	0-10
Показал отличные знания в рамках усвоенного учебного материала.	Теоретический (знать)	11-21
Показал отличные умения в рамках усвоенного учебного материала	Модельный (уметь)	22-32

7.3. 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:

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА

1. Роль позиционирования в процессе продвижения.
2. Процесс маркетинговых коммуникаций.
3. Классификация маркетинговых коммуникаций.
4. Современный подход к маркетинговым коммуникациям (инструментам продвижения). Виды и типы рекламоносителей.
5. Практические рекомендации по формированию стратегии продвижения.
6. Услуги и их классификация.
7. Модели маркетинга услуг и их роль в продвижении услуг.
8. Особенности услуг.
9. Конкурентные преимущества и ценности в сфере услуг.
10. Наиболее эффективные инструменты продвижения в сфере услуг.
11. Промышленный маркетинг и его особенности.
12. Особенности конкурентной борьбы на промышленном рынке.
13. Потребитель на промышленном рынке.
14. Особенности коммуникаций и продвижения на промышленном рынке.
15. Наиболее эффективные методы продвижения на промышленных рынках.
16. Сущность и причины малобюджетного продвижения.
17. Способы малобюджетного продвижения.
18. Информационные потоки и заменители денег.
19. Недостатки малобюджетного продвижения.
20. Преимущества и ограничения мобильного маркетинга.
21. Инструменты и вид мобильного маркетинга.
22. Технологическое обеспечение мобильного маркетинга и его задачи.
23. Характеристика потребителей при мобильном продвижении.
24. Оценка эффективности мобильного маркетинга.

25. Значение Интернет-маркетинга для современных компаний.
26. Бизнес-модели в Интернете.
27. Коммуникационная политика в Интернете.
28. Сайт компании. Особенности разработки сайта.
29. Способы привлечения внимания потребителей к сайту.
30. Тип продвижения в сети Интернет.
31. Ограничения Интернет-методов.
32. Эффективность Интернет-маркетинга.
33. Причины снижения эффективности традиционных методов продвижения.
34. Понятие и методика латерального маркетинга.
35. Сущность, формы и метод вирусного продвижения.
36. Сенсорный брендинг как вид нестандартного продвижения.
37. Процесс управления продвижением и его этапы.
38. Выбор и обоснование маркетинговых коммуникаций.
39. Разработка плана-программы продвижения.
40. Бюджетирование деятельности по продвижению.
41. Сущность и роль оценки эффективности маркетинговых коммуникаций.
42. Показатели эффективности мероприятий по продвижению.

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.6 программы.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Доклад, устное сообщение (мини-выступление)	Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика докладов выдается на первых семинарских занятиях, выбор темы осуществляется студентом самостоятельно. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. На подготовку дается одна-две недели. За неделю до выступления студент должен согласовать с преподавателем план выступления. Регламент – 3-5 мин. на выступление. В оценивании результатов наравне с преподавателем принимают участие студенты группы.	Темы докладов
2.	Защита реферата	Реферат соответствует теме, выдержана структура контрольной работы, изучено 85-100 % источников, выводы четко	Темы рефератов

		сформулированы	
5.	Зачет в форме устного собеседования по вопросам	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценки «зачтено»/«незачтено» учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практикоориентированными заданиями.	Комплект примерных вопросов к зачету.

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и лабораторных занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра.

Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине

5 семестр

№ п/п	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1.	Посещение лекций	1	2
2.	Посещение практических занятий	1	6
3.	Работа на занятии: - решение задач; - результат выполнения домашней работы; - активность на занятии.	16 4 6 6	128
4.	Реферат	32	32
5.	Зачет	32	32
ИТОГО:	2 зачетные единицы		200

Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Реферат	Зачёт
5 семестр	Разбалловка по видам работ	2 x 1=2 баллов	6 x 1=6 баллов	8 x 16=128 баллов	32 балла	32 балла
	Суммарный макс. балл	2 баллов max	6 баллов max	128 баллов max	168 баллов max	200 баллов max

Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Продвижение товаров и услуг в ресторанном бизнесе», трудоёмкость которой составляет 2 ЗЕ и изучается в 5 семестре, обучающийся набирает определённое количество баллов, которое соответствует «зачтено» или «не зачтено» согласно следующей таблице:

	Баллы (2 ЗЕ)
«зачтено»	более 60 баллов
«не зачтено»	60 баллов и менее

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429223>).
2. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учеб. пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 229 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=782841>).
3. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=196365>:).

Дополнительная литература

1. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе: Учебное пособие/Т.А.Джум, Г.М.Зайко - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 528 с- Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=504888>).
2. Короткова М.В., Прудникова О.А, Сафина Г.М.Актуальные проблемы современного менеджмента [Электронный ресурс] : монография / М. В. Короткова, О. А. Прудникова, Г. М. Сафина ; М. В. Короткова, О. А. Прудникова, Г. М. Сафина и др.; Ульянов. гос. пед. ун-т им. И.Н. Ульянова. — Ульяновск : УлГПУ, 2012. — 196 с. (Библиотека УлГПУ)
3. Обидин, Д. Л. **Технология создания рекламного текста** [Электронный ресурс] / Д. Л. Обидин. - М.: Инфра-М; Znanium.com, 2014. - 31 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=497288>).

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Интернет-ресурсы

- Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
- Университетская библиотека ONLINE./ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/>

- Федеральный портал «Российское образование»./ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.edu.ru>

- Российский портал открытого образования [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.openet.ru/>

-Педагогическая библиотека./ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pedagogic.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»

№	Название ЭБС	№, дата договора	Срок использования	Количество пользователей
1	«ЭБС ZNANIUM.COM»	Договор № 2304 от 19.05.2017	с 31.05.2017 по 31.05.2018	6 000
2	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Договор № 1010 от 26.07.2016	с 22.08.2016 по 21.11.2017	6 000

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

По каждой теме дисциплины предполагается проведение аудиторных занятий и самостоятельной работы, т. е. чтение лекций, проведение сравнительного логико-дидактического анализа учебных тем, изготовление дидактических материалов. Предусматриваются также активные формы обучения, такие как представление собственных методических разработок.

Подготовка и проведение лекций, практических занятий должны предусматривать определенный порядок.

Для подготовки студентов к лабораторному занятию на предыдущей лекции преподаватель должен определить основные вопросы и проблемы, выносимые на обсуждение, рекомендовать дополнительную учебную, периодическую литературу, интернет источники, рассказать о порядке и методике его проведения.

Методы проведения практических занятий весьма разнообразны и могут применяться в различных сочетаниях. Наиболее распространенными являются: вопросно-ответные, научных сообщений по отдельным вопросам темы, решение практических задач и упражнений, решение тестов.

Важное место занимает подведение итогов лабораторных занятий: преподаватель должен не только раскрыть теоретическое значение обсуждаемых проблем, но и оценить слабые и сильные стороны выступлений.

Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы студенты имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу.

Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой. Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.

Практические занятия – важнейшая форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на практическом занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала.

Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Основным методом обучения является самостоятельная работа студентов с учебно-методическими материалами, научной литературой.

Реферат. Реферат по специальности - самостоятельное научное исследование по направлению, специальности (специализации), выполняемое студентом по заданию преподавателя кафедры и служащее углубленному познанию избранной темы. Научность исследования выражается в решении некоторой познавательной проблемы, соотнесении теоретических положений с фактами, систематичности изложения, оперировании современной специальной терминологией и т.д. Реферат является одной из форм отчетности студента по итогам обучения за соответствующий курс (семестр). Студентам предоставляется право свободного выбора темы из предложенного списка тем реферата. Изменение темы реферата допускается по согласованию с преподавателем. Выбор темы реферата осуществляется студентами до 30 мая. Сдача реферата на проверку преподавателю до 30 мая. Подбор литературы по теме реферата осуществляется студентом самостоятельно. Преподаватель лишь помогает ему определить основные направления работы, указывает наиболее важные научные источники, которые следует использовать при ее написании, разъясняет, где их можно найти. При подборе литературы рекомендуется использовать фонды научных библиотек, электронных каталогов и сети Интернет. План выполнения реферата составляется студентом самостоятельно и согласовывается с преподавателем. Содержание реферата должно соответствовать теме и плану. Реферат должен включать следующие основные разделы:

- *Титульный лист.*
- *Содержание.* Включает порядок расположения отдельных частей работы с указанием страниц, на которых соответствующий раздел начинается.
- *Введение.* В нем автор обосновывает научную актуальность, практическую значимость, новизну темы, а также указывает цель и задачи проводимого исследования.
- *Основная часть.* Структура и состав основной части может меняться в зависимости от специфики и направления выполняемой работы. Структура основной части устанавливается научными руководителями и кафедрами самостоятельно.
- *Заключение (или выводы).* В заключении подводится итог проведенному исследованию, формулируются предложения и выводы автора, вытекающие из всей работы.
- *Список литературы.* В список литературы включаются только те работы, на которые сделаны ссылки в тексте курсовой работы. Список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003.
- *Приложения.* Приводятся используемые в работе документы, таблицы, графики, схемы и др. (аналитические табличные и графические материалы могут быть приведены также в основной части).

В ходе выполнения работы студент по мере необходимости обращается за консультацией к преподавателю.

Выполненный и оформленный реферат в сброшюрованном виде сдается на проверку преподавателю, которая оценивается и учитывается при аттестации студента (зачет).

Подготовка к устному докладу.

Доклады делаются по каждой теме с целью проверки теоретических знаний обучающегося, его способности самостоятельно приобретать новые знания, работать с

информационными ресурсами и извлекать нужную информацию.

Доклады заслушиваются в начале лабораторного занятия после изучения соответствующей темы. Продолжительность доклада не должна превышать 5 минут. Тему доклада студент выбирает по желанию из предложенного списка.

При подготовке доклада студент должен изучить теоретический материал, используя основную и дополнительную литературу, обязательно составить план доклада (перечень рассматриваемых им вопросов, отражающих структуру и последовательность материала), подготовить раздаточный материал или презентацию. План доклада необходимо предварительно согласовать с преподавателем.

Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к простому воспроизведению текста, не допускается простое чтение составленного конспекта доклада. Выступающий также должен быть готовым к вопросам аудитории и дискуссии.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Образовательный процесс обеспечивается достаточной информационно-библиографической базой, современными техническими средствами, информационными и коммуникационными технологиями.

В процессе проведения учебных занятий могут быть использованы мультимедийные технологии, аудиоаппаратура, видеоаппаратура.

Для подготовки к учебным занятиям используются университетский библиотечный фонд, кафедральная библиотека, современные информационные и коммуникационные технологии (Интернет), при необходимости аудио- и видеотека, видеокамера, фотоаппаратура, компьютерная и копировальная техника.

Лицензионные программы

* Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.

* Антивирус ESET Endpoint Antivirus for Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №1110 от 15.12.2014 г., действующая лицензия.

* Операционная система WindowsPro 7 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, Open License: 47357816, договор №17-10-оаэ ГК от 29.10.2010 г., действующая лицензия.

* Офисный пакет программ Microsoft Office Standard 2010 OLP NL Academic, OpenLicense: 60696830, договор №200712-1Ф от 20.07.2012 г., действующая лицензия.

* Программа для просмотра файлов формата Dj Vu Win Dj View, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.

* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.

* Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименование специальных* помещений и помещений для	Оснащенность специальных помещений и помещений для	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
--	---	---

самостоятельной работы	самостоятельной работы	
<p>ул. Гагарина, дом 36. Аудитория № 201 Аудитория для лекционных и практических занятий</p>	<p>(BA0000007124), стол ученический - 18 шт., стул ученический – 37 шт., доска 1000*3000 зеленая ДА-32э 5р.п. – 1 шт., стол однотумбовый (BA0000006622), мультимедийный класс в составе: интерактивная система SMART Воаго SB685. ноутбук HP Pavilion g6-2364/мышь, кабель, коммутатор-D-Link (BA0000005366).</p>	<p>Компьютер в сборе (системный блок, монитор, клавиатура, мышь) Лицензионные программы *Операционная система MicrosoftWindowsPro 7 RUSUpgrdOLPNLAcDmc, контракт №16-10-ОАЭ ГК от 08.09.2010 г. *Офисный пакет программ MicrosoftOfbceProPlus 2010 RUSOLPNLAcDmc, контракт №16-10-ОАЭ ГК от 08.09.2010 г. *Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Антивирус ESET EndpointAntivirusforWindows, лицензия EAV-0120085134, контракт №26O916-ЛД от 12.12.2016 г., действующая лицензия.. * Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для просмотра файлов формата PDF AdobeReader M, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Браузер MozillaFirefox, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для просмотра изображений ACDSFree,0TкрbIToerrpowarv1MНое обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для воспроизведения звуковых файлов AIMP, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для записи дисков ASHAMPU Burningstudiofree, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для ухода за системой CCleaner, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. *Программа для диагностики и</p>

		<p>мониторинга жесткого диска программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p> <p>*Программа для проектирования принципиальных электрических схем и печатных плат DipTraceFree, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p> <p>*Файловый менеджер FreeCommanderXE, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p> <p>*Программа для компьютерного тестирования MyTest, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p> <p>*Программа для автоматизированного проектирования с возможностью оформления проектной и конструкторской документации.</p>
--	--	--