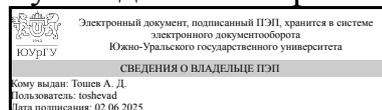


УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель направления



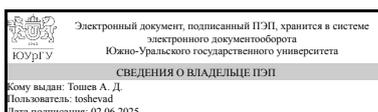
А. Д. Тошев

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.Ф.01** Концептуальные решения для предприятий ресторанного сервиса  
**для направления 19.03.04** Технология продукции и организация общественного питания  
**уровень** Бакалавриат  
**форма обучения** заочная  
**кафедра-разработчик** Технология и организация общественного питания

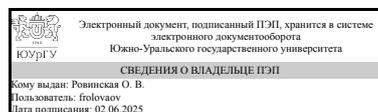
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, утверждённым приказом Минобрнауки от 17.08.2020 № 1047

Зав.кафедрой разработчика,  
д.техн.н., проф.



А. Д. Тошев

Разработчик программы,  
к.пед.н., доцент



О. В. Ровинская

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – изучить важность идеи и концепции предприятия, их влияния на развитие бизнеса. Задачи дисциплины: изучение факторов, являющихся определяющими при разработке ресторанной идеи; изучение требований для создания концепции ресторана, анализ основных факторов, влияющих на выбор концептуального решения.

## Краткое содержание дисциплины

В рамках дисциплины осуществляется освоения элементов профессионального проектного языка, Основы создания концептуальных решений в индустрии ресторанного сервиса. Разработка фирменного стиля предприятий ресторанного сервиса. Концептуальная модель качества обслуживания для предприятий ресторанного сервиса. Инструменты исследования рынка при разработке концепции предприятий сферы сервиса.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знает: конъюнктуру рынка; перспективы, возможности и угрозы рынка; нормативно-правовые основы индустрии питания Умеет: составлять план сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей Имеет практический опыт: анализа рынка и деятельности предприятий общественного питания
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знает: принципы планирования деятельности в области ресторанного сервиса Умеет: планировать деятельность по направлениям ресторанного сервиса; эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей Имеет практический опыт: планирования деятельности в области сервиса; критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.33 Основы проектной деятельности	1.О.32 Маркетинг, 1.О.34 Проектная деятельность, 1.Ф.03 Технология продвижения услуг в сфере ресторанного сервиса, 1.Ф.02 Проектирование процесса оказания услуг

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.О.33 Основы проектной деятельности	Знает: естественнонаучные и общеинженерные теории и концепции, методы теоретического и экспериментального исследования в профессиональной деятельности, основы организации проектной деятельности и правовые нормы ее осуществления, основы социального взаимодействия и работы в команде Умеет: использовать естественнонаучные и общеинженерные теории и концепции, методы теоретического и экспериментального исследования для решения проектных задач в профессиональной деятельности, формулировать цель и задачи проектной деятельности, обосновывать способы их решения на основе имеющихся ресурсов и с учетом нормативно-правовых норм, определять свою роль в команде, осуществлять продуктивное взаимодействие с другими участниками команды Имеет практический опыт: применения естественнонаучных и общеинженерных теорий и концепций, методов теоретического и экспериментального исследования в профессиональной деятельности, участия в проектной деятельности, работы в команде

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 24,5 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	16	16
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	119,5	119,5
Экскурсии на предприятия. Анализ рекламной деятельности	69,5	69,5
Изучение документа: Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)	50	50

Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	диф.зачет

## 5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе.	4	2	2	0
2	Аналитика концептуальных решений, конкурентной среды и рынка.	4	2	2	0
3	Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий.	4	2	2	0
4	Концептуальная модель качества обслуживания. Условия и стандарты обслуживания.	4	2	2	0

### 5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Идея и концепция ресторана. Основные факторы, влияющие на выбор концептуального решения. Разделы концепции: название, меню, дополнительные услуги, экономика проекта, реклама и маркетинг, персонал и обслуживание, дизайн, ценовая политика. Местозависимые и местонезависимые рестораны. Диагностика деятельности ресторана. Дополнительные услуги в ресторане: бизнес-ланчи, музыкальные программы, караоке, завтраки в ресторане, дети в ресторане, продажа на вынос, банкетное обслуживание. Концепция деятельности ресторанной сети. Концепция деятельности гостиничного ресторана. Концепция деятельности ресторана выездного обслуживания. Концепция сети ресторанов быстрого питания (фастфуда)	1
2	1	Нормативно-правовое регулирование деятельности.	1
3	2	Аналитика концептуальных решений. Способы осуществления поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания. Концепция и маркетинговые исследования.	1
4	2	Основные виды маркетинговых исследований в действующем ресторане: клиенты, анализ продаж, изучение конкурентов и конкурентной среды. Планирование исследовательской деятельности. Постановка цели, выбор мероприятий. Индикативные показатели. Методы. Результаты	1
5	3	Константы фирменного стиля в бизнесе. Название предприятия как одна из важнейших констант фирменного стиля. Определение и основные требования к фирменному наименованию. Право на фирменное наименование. Товарный знак – «визитная карточка» ресторана. История товарного знака. Основные требования к разработке товарного знака. Регистрация товарного знака и правовая защита. Классификация логотипов. Функции логотипа. Этапы создания логотипа ресторана. Слоган – словесный символ ресторана. Типы слоганов. Факторы, влияющие на эффективность слогана. Практика использования слогана. Фирменный блок, фирменный комплект шрифта, требования к выбору шрифта. Фирменный набор цветов.	1
6	3	Рекламно-маркетинговая деятельность ресторана – реклама в средствах массовой информации, интернет в маркетинговой деятельности ресторана, наружная реклама, рекламно-сувенирная продукция.	1

7	4	Концептуальная модель качества обслуживания для заведений сферы ресторанного бизнеса. Корпоративная культура и её характеристика. Определение и разработка стратегии обслуживания. Эффективность элементов обслуживания. Этапы деятельности по повышению качества для предприятий ресторанного бизнеса. Документация предприятия при внедрении менеджмента качества. Принципы стандартов ISO-9000. Обслуживающий персонал. Факторы, определяющие условия и режим труда обслуживающего персонала. Организация труда обслуживающего персонала. Критерии конкурентоспособности продукции и услуг предприятий сферы ресторанного бизнеса. Оценка конкурентоспособности. Пути повышения конкурентоспособности продукции и услуг в сфере ресторанного бизнеса. Разработка концепции ресторана. Мерчандайзинг как деятельность предприятия по стимулированию сбыта. Прогрессивные технологии обслуживания. Показатели культуры обслуживания.	1
8	4	Мероприятиями стимулирования продаж международные, всероссийские, отраслевые, региональные, на месте продаж: выставки; дегустации; презентации и т.д. Общие принципы применение стандартов обслуживания потребителей в ресторанах, как инструмент продвижения. Прямой маркетинг и стимулирование продаж.	1

## 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Комплекс действий, направленных на повышение узнаваемости бренда и его продуктов, увеличение целевой аудитории, а также стимулирование продаж.	1
2	1	Нормативно-правовое регулирования деятельности. Изучение и анализ нормативно-правовой базы.	1
3	2	Аналитика концептуальных решений. Способы осуществления поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания. Концепция и маркетинговые исследования.	1
4	2	Маркетинговые исследования. Планирование исследовательской деятельности.	1
5	3	Планирование рекламной деятельности. Постановка цели, выбор мероприятий. Индикативные показатели. Результаты на примере предприятия	1
6	3	Классификация логотипов. Функции логотипа. Этапы создания логотипа ресторана.	1
7	4	Общие принципы применение стандартов обслуживания потребителей в ресторанах, как инструмент продвижения. Прямой маркетинг и стимулирование продаж. Конкурентоспособные стратегии предприятий сферы ресторанного бизнеса. Типология стратегий. Проведение стратегии. Факторы формирования потребительских предпочтений. Методы обеспечения конкурентоспособности. Программы стимулирования. Специальные формы обслуживания в практике предприятий. Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана.	1
8	4	Мероприятиями стимулирования продаж международные, всероссийские, отраслевые, региональные, на месте продаж: выставки; дегустации; презентации и т.д.	1

## 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

## 5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Экскурсии на предприятия. Анализ рекламной деятельности	Чернова, Е. В. Ресторанное дело : учебное пособие / Е. В. Чернова. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2021. — 260 с. — ISBN 978-5-6044302-2-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/146839">https://e.lanbook.com/book/146839</a>	5	69,5
Изучение документа: Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)	Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов <a href="https://docs.cntd.ru/">https://docs.cntd.ru/</a>	5	50

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	5	Текущий контроль	Семинар	1	3	Максимальный балл 3 балла. 3 балла: отлично: достаточное полное усвоение лекционного материала и материала для самостоятельного обучения и свободное применение его в анализе конкретных тем и вопросов, связанных с проблематикой курса. 2 балла: хорошо: в основном хорошие знание и способности их применения в аналитической работе и постановке и решению конкретных задач по темам дисциплины. 1 балл: удовлетворительно: слабые знания и ограниченная ориентация в системной проблематике курса. 0 баллов: неудовлетворительно:	дифференцированный зачет

						недостаточные знания с большими пробелами, неспособность применить их в решении практических задач.	
2	5	Текущий контроль	Анализ рынка	1	25	Максимальный балл за задание - 25. Максимальный балл может быть выставлен только при публичной защите выполненного задания. Если защита на занятии не состоялась максимальный балл - 20. Если задание выполнено не своевременно (сроки сдачи нарушены) - балл снижается на 5.	дифференцированный зачет
3	5	Текущий контроль	Семинар	1	3	Максимальный балл 3 балла. 3 балла: отлично: достаточное полное усвоение лекционного материала и материала для самостоятельного обучения и свободное применение его в анализе конкретных тем и вопросов, связанных с проблематикой курса. 2 балла: хорошо: в основном хорошие знание и способности их применения в аналитической работе и постановке и решению конкретных задач по темам дисциплины. 1 балл: удовлетворительно: слабые знания и ограниченная ориентация в системной проблематике курса. 0 баллов: неудовлетворительно: недостаточные знания с большими пробелами, неспособность применить их в решении практических задач.  Использование при подготовке зарубежной литературы и научных публикаций – 25 баллов Раскрыта ли тема в полном объеме? – 25 баллов Ответы студента на дополнительные вопросы –	дифференцированный зачет

					<p>25 баллов Творческое задание – 25 баллов</p> <p>Максимальная оценка выступления – 100 баллов.</p> <p>Перевод баллов в оценку: 1-59 баллов – не удовлетворительно 60-73 баллов – удовлетворительно 74-85 баллов – хорошо 86-100 баллов – отлично</p>		
4	5	Текущий контроль	Аналитическая справка	1	20	<p>Максимальная оценка 20 баллов.</p> <p>Максимальная оценка 10 баллов за список актов.</p> <p>Каждый действующий акт с аннотацией и ссылкой на действующий документ - 1 балл.</p> <p>Публичная защита одного из актов с презентацией, подробным описанием ключевых позиций документа, историей документа – 10 баллов.</p>	дифференцированный зачет
5	5	Текущий контроль	Аналитическая работа "Рекламная кампания предприятия общественного питания в г. Челябинск"	1	15	<p>Аналитическая работа "Рекламная кампания предприятия общественного питания в г. Челябинск"</p> <p>Необходимо сделать анализ рекламной кампании на примере предприятия общественного</p>	дифференцированный зачет
6	5	Текущий контроль	Семинар	1	3	<p>Максимальный балл 3 балла.</p> <p>3 балла: отлично: достаточное полное усвоение лекционного материала и материала для самостоятельного обучения и свободное применение его в анализе конкретных тем и вопросов, связанных с проблематикой курса.</p> <p>2 балла: хорошо: в основном хорошие знание и способности их применения в аналитической работе и постановке и решению конкретных задач по темам дисциплины.</p> <p>1 балл: удовлетворительно: слабые знания и</p>	дифференцированный зачет

						ограниченная ориентация в системной проблематике курса. 0 баллов: неудовлетворительно: недостаточные знания с большими пробелами, неспособность применить их в решении практических задач.	
7	5	Текущий контроль	Презентация	1	20	Максимальный балл - 25: отражены все пункты, публичная защита и обсуждение, соблюдение сроков. Сроки выполнения задания нарушены - минус 5 баллов. Отсутствие публичной защиты задания и обсуждения - минус 10 баллов.	дифференцированный зачет
8	5	Текущий контроль	Презентация	1	30	Презентация «Дизайн российского ресторана». Необходимо сделать анализ дизайна российского ресторана. Итоги работы оформляются в виде презентации. Максимальная оценка 30 баллов.	дифференцированный зачет
9	5	Текущий контроль	Семинар	1	3	Максимальный балл 3 балла. 3 балла: отлично: достаточное полное усвоение лекционного материала и материала для самостоятельного обучения и свободное применение его в анализе конкретных тем и вопросов, связанных с проблематикой курса. 2 балла: хорошо: в основном хорошие знание и способности их применения в аналитической работе и постановке и решению конкретных задач по темам дисциплины. 1 балл: удовлетворительно: слабые знания и ограниченная ориентация в системной проблематике курса. 0 баллов: неудовлетворительно: недостаточные знания с	дифференцированный зачет

						большими пробелами, неспособность применить их в решении практических задач.	
10	5	Текущий контроль	Эссе «Стандарты обслуживания потребителей»	1	5	Эссе оформляется по итогам изучения темы. Объем до 5 страниц, свободной композиции. Эссе должно опираться на фактические данные. Иметь креативный подход. Содержать выводы, обобщающие информацию и сделанные студентом. Максимальная оценка 5 баллов	дифференцированный зачет
11	5	Бонус	Бонус	-	15	Личное призовое место на олимпиаде, диплом конференции или конкурса (по дисциплине): 15 баллов для международного, российского, университетского уровня. Участие в олимпиаде, диплом конференции или конкурса (по дисциплине): 10 баллов. Участие в мероприятиях по дисциплине (посещение выставок, тематических круглых столов, семинаров): 1 балл за одно мероприятия. Максимальная оценка – 5 баллов.	дифференцированный зачет
12	5	Промежуточная аттестация	Проведение зачета	-	100	Максимальная оценка выступления – 100 баллов.  Прохождение мероприятия промежуточной аттестации не обязательно. Аттестация выставляется по итогам текущего контроля в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания. При недостатке баллов для положительной оценки студент может выполнить дополнительное задание для промежуточной аттестации. И проводится в форме подготовки информационной справки по одной из проблем профессиональной сферы.	дифференцированный зачет

					Итоговая оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания. Перевод баллов в оценку: 1-59 баллов – не удовлетворительно 60-73 баллов – удовлетворительно 74-85 баллов – хорошо 86-100 баллов – отлично	
--	--	--	--	--	---	--

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
дифференцированный зачет	Прохождение мероприятия промежуточной аттестации не обязательно. Аттестация выставляется по итогам текущего контроля в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания. При недостатке баллов для положительной оценки студент может выполнить дополнительное задание для промежуточной аттестации. Проводится в форме подготовки информационной справки по одной из проблем профессиональной сферы. Итоговая оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12					
УК-2	Знает: конъюнктуру рынка; перспективы, возможности и угрозы рынка; нормативно-правовые основы индустрии питания	+																
УК-2	Умеет: составлять план сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей	+																
УК-2	Имеет практический опыт: анализа рынка и деятельности предприятий общественного питания	+																
УК-6	Знает: принципы планирования деятельности в области ресторанного сервиса																	
УК-6	Умеет: планировать деятельность по направлениям ресторанного сервиса; эффективно управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития исходя из структуры личностных потребностей, мотивов и ценностей																	
УК-6	Имеет практический опыт: планирования деятельности в области сервиса; критического восприятия личностных потребностей, мотивов и ценностей																	

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

## **Печатная учебно-методическая документация**

### *а) основная литература:*

1. Гостиница и ресторан: бизнес и управление офиц. русскоязыч. изд.: 16+ ООО "Изд-во Хоспитэлити" журнал. - М., 2008-2015
2. Волкова И. В. Ресторанный бизнес в России: С чего начать и как преуспеть / И. В. Волкова, Я. И. Миропольский, Г. М. Мумрикова. - 5-е изд., испр.. - М. : Флинта: Наука, 2006. - 184 с. : 8 л. ил.
3. Циферблат Л. Ф. Бизнес-план: работа над ошибками / Л. Ф. Циферблат. - М. : Финансы и статистика, 2001. - 139, [1] с. : ил.
4. Коссов В. В. Бизнес-план: Обоснование решений : Учеб. пособие / Гос. ун-т - Высш. шк. экономики; Высш. шк. экономики (гос. ун-т). - М. : ГУ ВШЭ, 2000. - 269,[1] с.
5. Дубровин И. А. Бизнес-планирование на предприятии : учебник для бакалавров по направлению "Экономика" / И. А. Дубровин. - М. : Дашков и К, 2012. - 430, [1 ] с. : ил.

### *б) дополнительная литература:*

1. Кулинарный и кондитерский дизайн : учеб. пособие для вузов по специальности 260202 "Технология хлеба, кондитерских и макаронных изделий" и др. специальностям / А. Д. Тошев и др.; Юж.-Урал. гос. ун-т, Фак. пищевых технологий, Каф. Хлебопекар. и кондитер. пр-во ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2010. - 187, [1] с. : ил.
2. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии : учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. : ил.
3. Тошев А. Д. Основы технологии продуктов общественного питания : метод. указания к лаб. работам / А. Д. Тошев, Н. В. Полякова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Технология продуктов обществ. питания ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательство ЮУрГУ, 2000. - 28, [1] с.
4. Уэллс, У. Реклама : принципы и практика [Текст] У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти ; пер.с англ. М. Артюх и др.; под ред. И. В. Крылова, А. В. Ульяновского. - 2-е изд., испр. - СПб.и др.: Питер, 2001. - 735 с. ил.
5. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для вузов по направлению (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 157, [2] с. : ил.
6. Реклама и связи с общественностью в новых медиа : учеб. пособие для студентов специальностей 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и 42.03.02 "Журналистика" / Е. Н. Васильева и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной, Л. К. Лободенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Журналистика, реклама и связи с общественностью ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2023. - 304, [1] с.

### *в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

1. Гостиница и ресторан: бизнес и управление офиц. русскоязыч. изд.: 16+ ООО "Изд-во Хоспитэлити" журнал. - М., 2008-2015

2. Реклама. Теория и практика : ежекв. журн.: 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2006-2016. -

3. PR в России : междунар. проф. журн. / Изд. дом "Соврем. экономика". - М.. -. URL: <http://www.prjournal.ru/>

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Курс «Технология продвижения ресторанных услуг» (размещен в СДО «Электронный ЮУрГУ») <https://edu.susu.ru/>

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Курс «Технология продвижения ресторанных услуг» (размещен в СДО «Электронный ЮУрГУ») <https://edu.susu.ru/>

### Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронный каталог ЮУрГУ	Деловой протокол и этика на предприятиях общественного питания учеб. пособие для бакалавров направлений 19.03.04 "Технология продукции и организация обществ. питания", 43.03.01 "Сервис" О. В. Ровинская ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Технология и организация обществ. питания ; ЮУрГУ <a href="https://elib.susu.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=459472&amp;query_desc=ровинская">https://elib.susu.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=459472&amp;query_desc=ровинская</a>
2	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21187-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/559516">https://urait.ru/bcode/559516</a>
3	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	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, 2025. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18828-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/563740">https://urait.ru/bcode/563740</a>
4	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/561458">https://urait.ru/bcode/561458</a>
5	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Чернова, Е. В. Ресторанное дело : учебное пособие / Е. В. Чернова. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2021. — 260 с. — ISBN 978-5-6044302-2-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/146839">https://e.lanbook.com/book/146839</a>
6	Основная	Электронный	Интегрированные системы управления качеством продуктов

литература	каталог ЮУрГУ	и услуг в индустрии питания учебник для магистрантов направления 19.04.04 "Технология продукции и орг. обществ. питания" и др. О. В. Ровинская, Н. В. Андросова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Технология и орг. обществ. питания ; ЮУрГУ <a href="https://elib.susu.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=489883&amp;query_desc=ровинская">https://elib.susu.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=489883&amp;query_desc=ровинская</a>
------------	---------------	--

Перечень используемого программного обеспечения:

1. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	325 (3)	Мультимедийное оборудование
Лекции	325 (3)	Мультимедийное оборудование
Самостоятельная работа студента	ДОТ (ДОТ)	Компьютер с выходом в интернет
Зачет	325 (3)	Мультимедийное оборудование