

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой

Базовая кафедра "Высшая  
школа гастрономии от INSTITUT  
PAUL BOCUSE"

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий ОП ВО

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой

Базовая кафедра "Высшая школа  
гастрономии от INSTITUT PAUL  
BOCUSE"

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
MARKETING EXPERIENTIEL  
МАРКЕТИНГ В РЕСТОРАННОМ  
БИЗНЕСЕ / APPLIED  
MARKETING : RESTAURANTS**

Дисциплина К.М.03.02 MARKETING EXPERIENTIEL  
Маркетинг в ресторанном бизнесе / Applied  
Marketing : Restaurants

Направление подготовки / 38.03.02 "Менеджмент" профиль подготовки  
специальность 38.03.02.17 "Высшая школа гастрономии от  
INSTITUT PAUL BOCUSE"

Направленность  
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2020

Красноярск 2021

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

---

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

направление 38.03.02 "Менеджмент" профиль подготовки 38.03.02.17

---

"Высшая школа гастрономии от INSTITUT PAUL BOCUSE"

---

очная форма обучения

---

год набора 2020

---

Программу  
составили

д-р экон. наук, Профессор, Юшкова Людмила  
Валерьевна; Ст. преподаватель, Спрыжкова Алена  
Сергеевна

---

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

дать бакалаврам основные знания и компетенции ведения маркетинговой деятельности в предприятиях ресторанной сферы

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

-раскрыть содержание понятия маркетинга в ресторанной сфере,обеспечив понимание места и роли маркетинга в процессе предпринимательской деятельности;

-научить работе по формированию комплекса маркетинга,его основных компонентов и особенностей их использования в ресторанной сфере;

-привить навыки ведения маркетинговых работ с использованием омниканальных инструментов;

-научить сегментировать рынки ресторанов и работать с целевыми потребителями.

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

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Маркетинг

Экспериментальный маркетинг / Experiential Marketing

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Преддипломная практика

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		3
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>3 (108)</b>	<b>3 (108)</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1,5 (54)</b>	<b>1,5 (54)</b>
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	1 (36)	1 (36)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>0,5 (18)</b>	<b>0,5 (18)</b>
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Да	Да
<b>Промежуточная аттестация (Экзамен)</b>	<b>1 (36)</b>	<b>1 (36)</b>

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Инструменты ресторанного маркетинга	18	36	0	18	
Всего		18	36	0	18	

#### 3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Инструменты ресторанного маркетинга	18	0	0
Всего			18	0	0

#### 3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Инструменты ресторанного маркетинга	36	0	0
Всего			36	0	0

#### 3.4 Лабораторные занятия

№	№	Наименование занятий	Объем в акад. часах
---	---	----------------------	---------------------

п/п	раздела дисциплины		Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

## 5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

## 6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Басовский Л.Е., Басовская Е. Н.	Маркетинг: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018
Л1.2	Злотников М.С.	Маркетинг в туристской индустрии: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...43.03.02.01 Технология и организация туроператорских и турагентских услуг]	Красноярск: СФУ, 2018
Л1.3	Гордеева Е.А., Лаптева М.А.	Информационные технологии в маркетинге и рекламе: [учеб-метод. материалы к изучению дисциплины для ...09.03.03.14 Прикладная информатика в искусстве и гуманитарных науках]	Красноярск: СФУ, 2018
Л1.4	Нуралиев С.У.	Маркетинг: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Сала Ю.	Маркетинг в общественном питании: [практ. пособие]	М.: Финансы и статистика, 2006

## 8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

**9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

**10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**