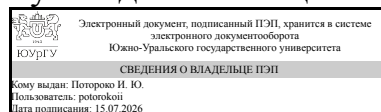


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель специальности



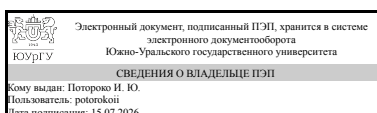
И. Ю. Потороко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.02.М5.01 Концептуальные решения для предприятий
ресторанного сервиса
для специальности 06.05.01 Биоинженерия и биоинформатика
уровень Специалитет
форма обучения очная
кафедра-разработчик Пищевые и биотехнологии

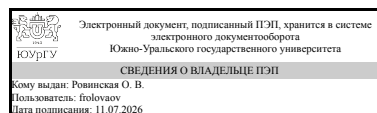
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 06.05.01 Биоинженерия и биоинформатика, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 973

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



И. Ю. Потороко

Разработчик программы,
к.пед.н., доцент



О. В. Ровинская

1. Цели и задачи дисциплины

Цель 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 освоение элементов профессионального проектного языка, основ создания концептуальных решений в индустрии ресторанного сервиса. Важные разделы: разработка фирменного стиля предприятий; 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 управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает: конъюнктуру рынка; перспективы, возможности и угрозы рынка; нормативноправовые 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 определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и 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.10 Психология, 1.О.27 Основы проектной деятельности, 1.О.09 Правоведение, Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	1.О.25 Биоэкономика продовольственной безопасности, 1.Ф.02.М10.03 Экспертные исследования документов, 1.Ф.02.М4.02 Основы личностного роста,

	1.Ф.02.М6.02 Культура речевого общения на русском языке как иностранном, 1.Ф.02.М9.03 Эффективность трудовых ресурсов, 1.О.28 Проектная деятельность, 1.Ф.02.М9.02 Организация и нормирование труда, 1.Ф.02.М2.02 Фирменный стиль и брендинг, 1.Ф.02.М10.02 Антикоррупционная экспертиза нормативных актов и их проектов, 1.Ф.02.М2.03 История искусства и дизайна, 1.Ф.02.М4.03 Психология карьеры и профессионального роста, 1.Ф.02.М1.02 Основы бренд-проектирования и дизайн бренда, 1.Ф.02.М8.02 Современные подходы к организации бизнеса, 1.Ф.02.М8.03 Финансовый профиль бизнеса, 1.Ф.02.М1.03 Разработка программы продвижения бренда, 1.О.08 Техничко-экономический анализ проектных решений
--	--

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

Дисциплина	Требования
1.О.10 Психология	Знает: основные понятия психопрофилактики и психогигиены; уровни и виды профилактики; формы психопрофилактического воздействия, научно-практические рекомендации по реализации психопрофилактических программ, основные проблемы, задачи и разделы психогигиены Умеет: составлять профилактические программы в связи с современными задачами психологии; разрабатывать наглядно-методический и информационный материал с целью поддержания здорового образа жизни, определять меры психогигиены и их содержание с учетом возрастного фактора и вида деятельности Имеет практический опыт: разработки психопрофилактических и психогигиенических мероприятий, подготовки материалов для медико-гигиенического просвещения по основным вопросам здорового образа жизни среди дифференцированных групп населения, составления индивидуальной программы психогигиены с учетом возрастного фактора и вида деятельности
1.О.27 Основы проектной деятельности	Знает: основы организации проектной деятельности, правовые нормы ее осуществления Умеет: ставить цели, определять задачи, выбирать способы решения проектных

	задач Имеет практический опыт: участия в проектной деятельности
1.О.09 Правоведение	Знает: предметную область, систему, содержание и взаимосвязь основных принципов, законов, понятий и категорий правоведения; систему права, механизм и средства правового регулирования, реализация права; правовые аспекты профессиональной деятельности; предметную область, систему, содержание и взаимосвязь основных принципов, законов, понятий и категорий правоведения; систему права, механизм и средства правового регулирования, реализация права; правовые аспекты профессиональной деятельности Умеет: принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом; оценивать факты и явления профессиональной деятельности с нравственной точки зрения; осуществлять с позиции этики и морали выбор норм поведения в конкретных служебных ситуациях; принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом; оценивать факты и явления профессиональной деятельности с нравственной точки зрения; давать нравственную оценку коррупционным проявлениям и другим нарушениям норм профессиональной этики Имеет практический опыт: юридического анализа социальнозначимых проблем, процессов и явлений, основами юридического анализа социальнозначимых проблем, процессов и явлений
Учебная практика (ознакомительная) (2 семестр)	Знает: индивидуальный стиль собственной деятельности; свои личностные ресурсы и возможности; способы, средства получения, хранения и переработки информации, специализированные методы математики, физики, химии и биологии, информацию баз данных по биологическим объектам и основные биоинформатические средства анализа Умеет: планировать самостоятельную работу; планировать собственную деятельность; определять направление ближайшего развития., проводить исследования в области биоинженерии и биоинформатики по различным фундаментальным методам, использовать информацию, накопленную в базах данных по биологическим объектам Имеет практический опыт: самоорганизации и самоанализа , использования фундаментальных методов для осуществления исследований в области биоинженерии и биоинформатики, использования информации по биологическим объектам, включая нуклеиновые кислоты и белки, владения основными биоинформатическими средствами анализа

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 72,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		3
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	64	64
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	71,5	71,5
Изучение документа: Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)	30	30
Экскурсии на предприятия. Анализ рекламной деятельности	41,5	41,5
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.	16	8	8	0
2	Аналитика концептуальных решений, конкурентной среды и рынка.	16	8	8	0
3	Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий.	16	8	8	0
4	Концептуальная модель качества обслуживания. Условия и стандарты обслуживания.	16	8	8	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	4

		питания (фастфуда)	
2	1	Нормативно-правовое регулирование деятельности.	4
3	2	Аналитика концептуальных решений. Способы осуществления поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания. Концепция и маркетинговые исследования.	4
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	4
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.	4
6	3	Рекламно-маркетинговая деятельность ресторана – реклама в средствах массовой информации, интернет в маркетинговой деятельности ресторана, наружная реклама, рекламно-сувенирная продукция.	4
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.	4
8	4	Мероприятиями стимулирования продаж международные, всероссийские, отраслевые, региональные, на месте продаж: выставки; дегустации; презентации и т.д. Общие принципы применения стандартов обслуживания потребителей в ресторанах, как инструмент продвижения. Прямой маркетинг и стимулирование продаж.	4

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.	4
2	1	Нормативно-правовое регулирования деятельности. Изучение и анализ нормативно-правовой базы.	4
3	2	Аналитика концептуальных решений. Способы осуществления поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания. Концепция и маркетинговые исследования.	4

4	2	Маркетинговые исследования. Планирование исследовательской деятельности.	4
5	3	Планирование рекламной деятельности. Постановка цели, выбор мероприятий. Индикативные показатели. Результаты на примере предприятия	4
6	3	Классификация логотипов. Функции логотипа. Этапы создания логотипа ресторана.	4
7	4	Общие принципы применения стандартов обслуживания потребителей в ресторанах, как инструмент продвижения. Прямой маркетинг и стимулирование продаж. Конкурентоспособные стратегии предприятий сферы ресторанного бизнеса. Типология стратегий. Проведение стратегий. Факторы формирования потребительских предпочтений. Методы обеспечения конкурентоспособности. Программы стимулирования. Специальные формы обслуживания в практике предприятий. Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана.	4
8	4	Мероприятиями стимулирования продаж международные, всероссийские, отраслевые, региональные, на месте продаж: выставки; дегустации; презентации и т.д.	4

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
Изучение документа: Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)	Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов https://docs.cntd.ru/	3	30
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: https://e.lanbook.com/book/146839	3	41,5

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	3	Текущий	Семинар	1	3	Максимальный балл 3	дифференцированный

		контроль				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.	зачет
2	3	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	3	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	дифференцированный зачет

						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.	
4	3	Текущий контроль	Аналитическая справка	1	20	Максимальная оценка 20 баллов. Максимальная оценка 10 баллов за список актов. Каждый действующий акт с аннотацией и ссылкой на действующий документ - 1 балл. Публичная защита одного из актов с презентацией, подробным описанием ключевых позиций документа, историей документа – 10 баллов.	дифференцированный зачет
5	3	Текущий контроль	Аналитическая работа "Рекламная кампания предприятия общественного питания в г. Челябинск"	1	15	Аналитическая работа "Рекламная кампания предприятия общественного питания в г. Челябинск" Необходимо сделать анализ рекламной кампании на примере предприятия общественного	дифференцированный зачет
6	3	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.	дифференцированный зачет

						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.	
7	3	Текущий контроль	Презентация	1	25	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	3	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	3	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:	дифференцированный зачет

						неудовлетворительно: недостаточные знания с большими пробелами, неспособность применить их в решении практических задач.	
10	3	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	3	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	3	Проме- жуточная 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	дифференцированный зачет

					по одной из проблем профессиональной сферы. 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; нормативноправовые 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. 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.
2. Циферблат Л. Ф. Бизнес-план: работа над ошибками / Л. Ф. Циферблат. - М. : Финансы и статистика, 2001. - 139, [1] с. : ил.
3. 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.
4. 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.
5. Дерябин А. В. Теория и методология социально-экономических исследований : учеб. пособие по направлению "Туризм" / А. В. Дерябин, А. В. Дерябина, И. А. Фрейнкина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Туризм и социал.-культур. сервис ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2016. - 130, [1] с.. URL:
http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000551664

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. 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.
3. 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.
4. 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.

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 «Концептуальные решения для предприятий ресторанного сервиса» (размещен в СДО «Электронный ЮУрГУ») <https://edu.susu.ru/>

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Курс «Концептуальные решения для предприятий ресторанного сервиса» (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 https://elib.susu.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=459472&query_desc=ровинская
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: https://urait.ru/bcode/559516
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: https://urait.ru/bcode/563740
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: https://urait.ru/bcode/561458
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: https://e.lanbook.com/book/146839
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 https://elib.susu.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=489883&query_desc=ровинская
--	------------	---------------	--

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
Самостоятельная работа студента	ДОТ (ДОТ)	Компьютер с выходом в интернет
Практические занятия и семинары	325 (3)	Мультимедийное оборудование
Лекции	325 (3)	Мультимедийное оборудование
Зачет	325 (3)	Мультимедийное оборудование