

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация об электронной подписи:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 20.05.2024 15:27:33  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой МиМУ  
\_\_\_\_\_ Белоножка М.Л.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Событийный маркетинг и лояльность потребителей

направление подготовки: 43.04.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): Маркетинг в индустрии гостеприимства

форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления

Протокол № от 2024 г.

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** сформировать у обучающихся знание, умение и навыки комплексного представления о событиях как одном из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии организации сервисной индустрии.

**Задача дисциплины:**

1. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ маркетинговых инноваций гостиничного предприятия, ориентированных на современные тенденции развития сферы гостеприимства.

2. Оценивать и разрабатывать стратегический план внедрения маркетинговых инноваций гостиничного предприятия и разрабатывать мероприятия, способствующие развитию гостиничного комплекса.

4. Владение приемами и методиками использования современных информационно-коммуникационных средств для внедрения маркетинговых инноваций с учетом изменения внешних рыночных условий.

5. Оценка и обоснование теоретических основ разработки проектов в сфере гостеприимства как фактора успешной работы гостиничного предприятия.

6. Владение проектированием объектов профессиональной деятельности с учетом современных технологий на предприятиях в сфере гостеприимства.

7. Оценивать и разрабатывать план организации, координации и контроля деятельности по разработке бизнес-планов в сфере туризма с учетом возможных внешних и внутренних изменений.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Событийный маркетинг и лояльность потребителей» к дисциплинам части, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Формирование стратегических маркетинговых программ развития сферы гостеприимства».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

**Знание:**

- видов маркетинговых инноваций для внедрения на предприятиях сферы гостеприимства;

- теоретических основ разработки проектов в сфере гостеприимства.

**Умения:**

- разрабатывать стратегический план внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства;

- проектировать объекты профессиональной деятельности с учетом современных технологий и новаций на предприятиях сферы гостеприимства.

**Владение:**

- современных информационно-коммуникационных средств для внедрения маркетинговых инноваций на предприятиях сферы гостеприимства;

- организацией, координацией и контролем деятельности по разработке бизнес-планов в сфере туризма как технологии обоснования проектов и принятия предпринимательских решений.

Содержание дисциплины «Событийный маркетинг и лояльность потребителей» служит основой для освоения дисциплин: «Проектирование производственных процессов и

технологических регламентов предприятий сферы гостеприимства», «Инновационные технологии в сфере гостеприимства».

### 3. Результаты обучения по дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

1	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
<b>ПКС-2.</b> Способен управлять реформированием и реструктуризацией деятельности предприятий сферы гостеприимства.	ПКС-2.1. Разрабатывает и реализует стратегии развития гостиничного комплекса	Знать (З.1.): Основы стратегического менеджмента и маркетинга гостиничного комплекса
		Уметь (У.1.): применять методики разработки корпоративной и функциональных стратегий
		Владеть (В.1.): навыками стратегического контроля деятельности гостиничного комплекса
		Знать (З.2.): Основы риск-менеджмента и антикризисного управления
		Уметь (У.2.): использовать навыки организации стратегического контроля и оценки эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса
		Владеть (В.2.): навыками Разработки и принятия управленческих решений по повышению конкурентоспособности и развитию гостиничного комплекса
<b>ПКС-5.</b> Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать инновационные технологии в организации	ПКС-5.1. Внедряет инновационные технологии и изменения в управлении деятельности сети гостиниц с использованием методов научно-исследовательской деятельности	Знать (З.3.): основы риск-менеджмента, управления проектами и изменениями
		Уметь (У.3.): принимать стратегические решения по развитию гостиничной сети в условиях неопределенности на основе научно-исследовательской деятельности
		Владеть (В.3.): навыками оценки эффективности внедрения инновационных технологий организации и управления деятельностью гостиничной сети с использованием методов научно-исследовательской деятельности
		Знать (З.4): системы стимулирования персонала, повышения их мотивации и лояльности
		Уметь (У.4): находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничной сети
		Владеть (В.4): навыками управления разработкой и внедрением инновационных технологий в деятельность предприятий, входящих в гостиничную сеть

### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	2 / 3	26	14	-	104	зачет

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
заочная	2/3	10	8	-	122	зачет

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины.

#### Очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Введение в событийный маркетинг	4	2	-	15	21	ПКС-5.1	Презентация (Приложение 1)
2	2	Классификация событий	4	2	-	15	21	ПКС-2.1	Презентация (Приложение 2)
3	3	Субъекты Event-индустрии	4	2	-	15	21	ПКС-2.1	Дискуссия (Приложение 3)
4	4	Инструменты событийного маркетинга	4	2	-	19	25	ПКС-5.1	Дискуссия (Приложение 4)
5	5	MICE-индустрия	4	2	-	20	26	ПКС-5.1	Дискуссия (Приложение 5)
6	6	Планирование и продвижение события	6	4	-	20	30	ПКС-2.1	Презентация проекта (Приложение 6)
7	Зачет							ПКС-2.1, ПКС-5.1	вопросы к зачету (приложение 7)
Итого:			26	14	-	104	144		

#### Заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Введение в событийный маркетинг	1	1	-	20	22	ПКС-5.1	Презентация (Приложение 1)
2	2	Классификация событий	1	1	-	20	22	ПКС-2.1	Презентация (Приложение 2)
3	3	Субъекты Event-индустрии	2	1	-	20	23	ПКС-2.1	Дискуссия (Приложение 3)

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	4	Инструменты событийного маркетинга	2	1	-	20	23	ПКС-5.1	Дискуссия (Приложение 4)
5	5	MICE-индустрия	2	2	-	20	24	ПКС-5.1	Дискуссия (Приложение 5)
6	6	Планирование и продвижение события	2	2	-	22	26	ПКС-2.1	(Презентация проекта Приложение 6)
7	Зачет				-	4	4	ПКС-2.1, ПКС-5.1	вопросы к зачету (приложение7)
Итого:			10	8	-	126	144		

## 5.2. Содержание дисциплины.

### 5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

#### Раздел 1. «Введение в событийный маркетинг».

Подходы к определению события. Определение и изучение событий. Терминология событий. Перспективы сферы событий.

#### Раздел 2. «Классификация событий».

Типология событий: религиозные, корпоративные, коммерческие/бизнес, культурные, музыкальные, спортивные, политические/государственные, личные. Локальные и массовые события.

#### Раздел 3. «Субъекты Event-индустрии».

Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий: Event-агентства, рекламные агентства, BTL-агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы. Заказчики Event-услуг: частные лица, компании, государственные учреждения, общественные организации. Компании-субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.

#### Раздел 4. «Инструменты событийного маркетинга».

Технологии событийного маркетинга. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.

#### Раздел 5. «MICE-индустрия».

Определение MICE. Индустрия деловых встреч (meetings). Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive). Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions).

#### Раздел 6. «Планирование и продвижение события».

Стадии процесса планирования: идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка, будущая практика. Основные составляющие концепции события. Программа события. Паспорт события.

Способы продвижения события. Маркетинговая эффективность мероприятий. Цели маркетинговых мероприятий при организации события. Преимущества применения событийного маркетинга.

### 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

#### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	1	-	Подходы к определению события. Определение и изучение событий. Терминология событий. Перспективы сферы событий.
2	2	4	1	-	Типология событий: религиозные, корпоративные, коммерческие/бизнес, культурные, музыкальные, спортивные, политические/государственные, личные. Локальные и массовые события.
3	3	4	2	-	Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий: Event-агентства, рекламные агентства, ВTL-агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы. Заказчики Event-услуг: частные лица, компании, государственные учреждения, общественные организации. Компании-субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.
4	4	4	2	-	Технологии событийного маркетинга. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.
5	5	4	2	-	Определение MICE. Индустрия деловых встреч (meetings). Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive). Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions).
6	6	6	2	-	Стадии процесса планирования: идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка, будущая практика. Основные составляющие концепции события. Программа события. Паспорт события. Способы продвижения события. Маркетинговая эффективность мероприятий. Цели маркетинговых мероприятий при организации события. Преимущества применения событийного маркетинга.
Итого:		26	10	-	

### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	1	-	Подходы к определению события. Определение и изучение событий. Терминология событий. Перспективы сферы событий.

2	2	2	1	-	Типология событий: религиозные, корпоративные, коммерческие/бизнес, культурные, музыкальные, спортивные, политические/государственные, личные. Локальные и массовые события.
3	3	2	1	-	Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий: Event-агентства, рекламные агентства, BTL-агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы. Заказчики Event-услуг: частные лица, компании, государственные учреждения, общественные организации. Компании-субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.
4	4	2	1	-	Технологии событийного маркетинга. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.
5	5	2	2	-	Технологии событийного маркетинга. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.
6	6	4	2	-	Стадии процесса планирования: идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка, будущая практика. Основные составляющие концепции события. Программа события. Паспорт события. Способы продвижения события. Маркетинговая эффективность мероприятий. Цели маркетинговых мероприятий при организации события. Преимущества применения событийного маркетинга.
Итого:		14	8	-	X

### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	15	20	-	Введение в событийный маркетинг	Подготовка презентации
2	2	15	20	-	Классификация событий	Подготовка презентации
3	3	15	20	-	Субъекты Event-индустрии	Подготовка к дискуссии
4	4	19	20	-	Инструменты событийного маркетинга	Подготовка к дискуссии
5	5	20	20	-	MICE-индустрия	Подготовка к дискуссии
6	6	20	22	-	Планирование и продвижение события	Подготовка презентации проекта
7	1-6		4	-		Подготовка к зачету
Итого:		104	122		X	X



5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- 
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

## **6. Тематика курсовых работ/проектов**

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

## **7. Контрольные работы**

- 1 Подходы к определению события.
- 2 Определение и изучение событий.
- 3 Терминология событий.
- 4 Перспективы сферы событий.
- 5 Классификация событий
- 6 Локальные и массовые события.
- 7 Субъекты Event-индустрии
- 8 Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий
- 9 Заказчики Event-услуг
- 10 Компании - субподрядчики Event-индустрии
- 11 Инструменты событийного маркетинга
- 12 Технологии событийного маркетинга.
- 13 Прямой маркетинг
- 14 Телемаркетинг
- 15 мобильный маркетинг
- 16 Определение MICE.
- 17 Индустрия деловых встреч (meetings).
- 18 Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).
- 19 Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions).
- 20 Стадии процесса планирования
- 21 Основные составляющие концепции события.
- 22 Программа события.
- 23 Паспорт события.
- 24 Способы продвижения события.
- 25 Маркетинговая эффективность мероприятий.
- 26 Цели маркетинговых мероприятий при организации события.
- 27 Преимущества применения событийного маркетинга.
- 28 Оценка эффективности события
- 29 Расчет бюджета мероприятия.
- 30 Определение потенциальных спонсоров и инвесторов
- 31 Разработка стратегии привлечения их капитала.
- 32 Реализация целей события.
- 33 Определение эффектов мероприятия.

## **8. Оценка результатов освоения дисциплины**

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Готовая презентация по теме	15
1.2	Готовая презентация по теме	15
1.3	Участие в дискуссии	15
ИТОГО за первую текущую аттестацию		45
2 текущая аттестация		
2.1	Участие в дискуссии	15
2.2	Участие в дискуссии	10
2.3	Презентация проекта	30
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		55
<b>ВСЕГО</b>		<b>100</b>

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1.1	Готовая презентация по теме	15
1.2	Готовая презентация по теме	15
1.3	Участие в дискуссии	15
2.1	Участие в дискуссии	15
2.2	Участие в дискуссии	10
2.3	Презентация проекта	30
<b>ВСЕГО</b>		<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ [www.urait.ru](http://www.urait.ru)
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России :

- Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
  - Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/>,
  - Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>
  - Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»
  - ЭКБСОН- информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки
- 9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства
- Microsoft Windows;
  - Microsoft Office Professional Plus.

### 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Событийный маркетинг и лояльность потребителей	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70
		<p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70

## **11. Методические указания по организации СРС**

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям. На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

**Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания**

Дисциплина **Событийный маркетинг и лояльность потребителей**

Код, направление подготовки: **43.04.03 Гостиничное дело**

Направленность (профиль): **Маркетинг в индустрии гостеприимства**

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
ПКС-2. Способен управлять реформированием и реструктуризацией деятельности предприятий сферы гостеприимства.	ПКС-2.1. Разрабатывает и реализует стратегии развития гостиничного комплекса	З.1: Основы стратегического менеджмента и маркетинга гостиничного комплекса	Не знает основы стратегического менеджмента и маркетинга гостиничного комплекса	Демонстрирует отдельные знания основ стратегического менеджмента и маркетинга гостиничного комплекса	Демонстрирует достаточные знания основ стратегического менеджмента и маркетинга гостиничного комплекса	Демонстрирует исчерпывающие знания основ стратегического менеджмента и маркетинга гостиничного комплекса
		У.1: применять методики разработки корпоративной и функциональных стратегий	Не умеет применять методики разработки корпоративной и функциональной стратегий	Умеет применять методики разработки корпоративной и функциональной стратегий	Хорошо умеет применять методики разработки корпоративной и функциональной стратегий	В совершенстве умеет применять методики разработки корпоративной и функциональной стратегий
		В.1.:навыками стратегического контроля деятельности гостиничного комплекса	Не владеет навыками стратегического контроля деятельности гостиничного комплекса	Владеет навыками стратегического контроля деятельности гостиничного комплекса	Хорошо владеет навыками стратегического контроля деятельности гостиничного комплекса	В совершенстве владеет навыками стратегического контроля деятельности гостиничного комплекса

3.2.: Основы риск-менеджмента и антикризисного управления	Не знает основы риск-менеджмента и антикризисного управления	Демонстрирует отдельные знания основ риск-менеджмента и антикризисного управления	Демонстрирует достаточные знания основ риск-менеджмента и антикризисного управления	Демонстрирует исчерпывающие знания основ риск-менеджмента и антикризисного управления
У.2: использовать навыки организации стратегического контроля и оценки эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса	Не умеет использовать навыки организации стратегического контроля и оценки эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса	Умеет использовать навыки организации стратегического контроля и оценки эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса	Хорошо умеет использовать навыки организации стратегического контроля и оценки эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса	В совершенстве использовать навыки организации стратегического контроля и оценки эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса
В.2: навыками Разработки и принятия управленческих решений по повышению конкурентоспособности и развитию гостиничного комплекса	Не владеет навыками разработки и принятия управленческих решений по повышению конкурентоспособности и развитию гостиничного комплекса	Владеет навыками разработки и принятия управленческих решений по повышению конкурентоспособности и развитию гостиничного комплекса	Хорошо владеет навыками разработки и принятия управленческих решений по повышению конкурентоспособности и развитию гостиничного комплекса	В совершенстве навыками разработки и принятия управленческих решений по повышению конкурентоспособности и развитию гостиничного комплекса

ПКС-5. Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать инновационные технологии в организации	ПКС-5.1. Внедряет инновационные технологии и изменения в управлении деятельности сети гостиниц с использованием методов научной исследовательской деятельности	З.3: основы риск-менеджмента, управления проектами и изменениями	Не знает основы риск-менеджмента, управления проектами и изменениями	Демонстрирует отдельные знания основ риск-менеджмента, управления проектами и изменениями	Демонстрирует достаточные знания основ риск-менеджмента, управления проектами и изменениями	Демонстрирует исчерпывающие знания основ риск-менеджмента, управления проектами и изменениями
		У.3: принимать стратегические решения по развитию гостиничной сети в условиях неопределенности на основе научной исследовательской деятельности	Не умеет принимать стратегические решения по развитию гостиничной сети в условиях неопределенности на основе научной исследовательской деятельности	Умеет принимать стратегические решения по развитию гостиничной сети в условиях неопределенности на основе научной исследовательской деятельности	Хорошо умеет принимать стратегические решения по развитию гостиничной сети в условиях неопределенности на основе научной исследовательской деятельности	В совершенстве умеет принимать стратегические решения по развитию гостиничной сети в условиях неопределенности на основе научной исследовательской деятельности
		В.3: навыками оценки эффективности внедрения инновационных технологий организации и управления деятельностью гостиничной сети с использованием методов научной исследовательской деятельности	Не владеет навыками оценки эффективности внедрения инновационных технологий организации и управления деятельностью гостиничной сети с использованием методов научной исследовательской деятельности	Владеет навыками оценки эффективности внедрения инновационных технологий организации и управления деятельностью гостиничной сети с использованием методов научной исследовательской деятельности	Хорошо владеет навыками оценки эффективности внедрения инновационных технологий организации и управления деятельностью гостиничной сети с использованием методов научной исследовательской деятельности	В совершенстве владеет навыками оценки эффективности внедрения инновационных технологий организации и управления деятельностью гостиничной сети с использованием методов научной исследовательской деятельности

	3.4: системы стимулирования персонала, повышения их мотивации и лояльности	Не знает системы стимулирования персонала, повышения их мотивации и лояльности	Демонстрирует отдельные знания системы стимулирования персонала, повышения их мотивации и лояльности	Демонстрирует достаточные знания системы стимулирования персонала, повышения их мотивации и лояльности	Демонстрирует исчерпывающие знания системы стимулирования персонала, повышения их мотивации и лояльности
	У.4: находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничной сети	Не умеет находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничной сети	Умеет находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничной сети	Хорошо умеет находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничной сети	В совершенстве находить и оценивать новые рыночные возможности, формулировать бизнес-идеи, способствующие развитию гостиничной сети
	В.4: навыками управления разработкой и внедрением инновационных технологий в деятельность предприятий, входящих в гостиничную сеть	Не владеет навыками управления разработкой и внедрением инновационных технологий в деятельность предприятий, входящих в гостиничную сеть	Владеет навыками управления разработкой и внедрением инновационных технологий в деятельность предприятий, входящих в гостиничную сеть	Хорошо владеет навыками управления разработкой и внедрением инновационных технологий в деятельность предприятий, входящих в гостиничную сеть	В совершенстве навыками управления разработкой и внедрением инновационных технологий в деятельность предприятий, входящих в гостиничную сеть



**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины (модуля) учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина **Событийный маркетинг и лояльность потребителей**  
 Направление подготовки **43.04.03 Гостиничное дело**  
 Направленность (профиль) **Маркетинг в индустрии гостеприимства**

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	<b>Маркетинг в индустрии впечатлений</b> : методические рекомендации по изучению дисциплины для обучающихся направления подготовки 43.04.03 "Гостиничное дело" программа " <b>Маркетинг в гостеприимстве</b> " (уровень магистратуры) всех форм обучения / ТИУ ; составитель О. В. Третьякова. - Тюмень : ТИУ, <b>2019</b> . - 16 с. - Электронная библиотека ТИУ.	ЭР*	20	100	+
2	<b>Соколоверов, А. П.</b> УМНО, или <b>Управление маркетингом</b> нетривиальным образом / А. П. Соколоверов. - Москва : Альпина Паблишер, <b>2019</b> . - 216 с. - ЭБС "IPR BOOKS". - ISBN 978-5-9614-4400-1 : ~Б. ц. – <a href="http://www.iprbookshop.ru/82355.html">http://www.iprbookshop.ru/82355.html</a>	ЭР*	20	100	+
3	<b>Красовская, Н. В.</b> <b>Событийный маркетинг</b> : учебное пособие / Н. В. Красовская. - [Б. м.] : Юрайт, 2022. - 127 с. - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-12592-4 : ~Б. ц. – <a href="https://urait.ru/bcode/496285">https://urait.ru/bcode/496285</a>	ЭР*	20	100	+

\*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

**Лист согласования 00ДО-0000687859**

**Внутренний документ "Событийный маркетинг и лояльность потребителей\_2024\_43.04.03\_МГДм"**

**Документ подготовил: Молоткова Таисия Леонидовна**

**Документ подписал: Белоножка Марина Львовна**

<b>Серийный номер ЭП</b>	<b>Должность</b>	<b>ФИО</b>	<b>ИО</b>	<b>Результат</b>
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножка Марина Львовна		Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна	Кислицина Мухаббат Абдурахмановна	Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано