

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Евгеньевич
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
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт сервиса и отраслевого управления
Кафедра маркетинга и муниципального управления

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой МиМУ
_____ Белоножка М.Л.
«_____» _____ 2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: **Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг**

направление подготовки: **43.04.03 Гостиничное дело**

направленность (профиль): **Маркетинг в индустрии гостеприимстве**

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: формирование основ знаний о значении социальных сетей, платформ, блогов, а также определение их взаимосвязи с рекламными и маркетинговыми процессами компаний с одновременным изучением путей практического использования полученных знаний для продвижения идей, и гостиничных услуг в социально-медийном Интернет-пространстве.

Задачи дисциплины:

1. формирование у магистрантов теоретической базы по использованию возможностей социальных сетей;
2. знание международных нормативных правовых актов и законодательства Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг и работе в социальных сетях;
3. развитие маркетингового мышления, связанного с профессиональной деятельностью;
4. приобретение навыков, необходимых для дальнейшего самообразования с использованием информационно-коммуникационных технологий в области продвижения гостиничных услуг.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- основ цифровых технологий в гостиничной отрасли;
- понятийно-терминологического аппарата, характеризующего современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и SMM;
- особенностей интегрированного подхода к коммуникации и медиапланированию.

Умения:

- планировать и разрабатывать рекламную и коммуникационную кампанию;
- применять техники количественной оценки, анализа и презентации информации о гостиничном продукте;

Владение:

- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности в области маркетинга и медиапланирования;
- навыками проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- методами формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями

Содержание дисциплины «Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг» является логическим продолжением содержания дисциплин: Информационно-коммуникационные технологии и служит основой для освоения дисциплины: Брендинг и ребрендинг.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-4 Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства.	ПКС-4.1. Разрабатывает концепции и стратегии развития сети гостиниц	Знать (З.1.): основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети
		Уметь (У.1.): Выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению
		Владеть (В.1.): методами Выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению
		Знать (З.2.): основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли
		Уметь (У.2.): осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети
		Владеть (В.2.): навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8
очная	2 / 4	24	12	-	108	-	Зачет
заочная	2/4	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	Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет	4	2		18	24	ПКС-4.1	Дискуссия. Задания для работы в подгруппах (приложение 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
2	2	Особенности и специфика коммуникации в социальных сетях	4	2		18	24	ПКС-4.1	Устный опрос, Дискуссия (приложение 2)
3	3	Основы планирования коммуникаций в социальных сетях и блогосфере	4	2		18	24	ПКС-4.1	Устный опрос, Практическое задание (приложение 3)
4	4	Основы реализации коммуникаций в социальных сетях и блогосфере	4	2		18	24	ПКС-4.1	Доклады, Дискуссии (приложение 4) Презентация (приложение 7)
5	5	Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях	4	2		18	24	ПКС-4.1	Устный опрос, дискуссия (приложение 5)
6	6	Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях	4	2		18	24	ПКС-4.1	Устный опрос, Защита проекта (приложение 6)
7	Зачет							ПКС-4.1	Перечень вопросов к зачету (приложение 8)
Итого:			24	12		108	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	Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет	1	1		20	22	ПКС-4.1	Дискуссия. Задания для работы в подгруппах (приложение 1)
2	2	Особенности и специфика коммуникации в социальных сетях	1	1		20	22	ПКС-4.1	Устный опрос, Дискуссия (приложение 2)
3	3	Основы планирования	2	1		20	23	ПКС-	Устный

№ 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
		коммуникаций в социальных сетях и блогосфере						4.1	опрос, Практическое задание (приложение 3)
4	4	Основы реализации коммуникаций в социальных сетях и блогосфере	2	1		20	23	ПКС-4.1	Доклады, Дискуссии (приложение 4) Презентация (приложение 7)
5	5	Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях	2	2		20	24	ПКС-4.1	Устный опрос, дискуссия (приложение 5)
6	6	Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях	2	2		22	26	ПКС-4.1	Устный опрос, Защита проекта (приложение 6)
7	зачет					4	4	ПКС-4.1	Перечень вопросов к зачету (приложение 8)
Итого:			10	8	-	122	144		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

не реализуется

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет».

Понятие социальных сетей как средств коммуникации. Особенности использования соц. сетей в процессе продвижения компании в сети Интернет. Отличия SMM-технологий от традиционной рекламы. Отличия SMM-технологий от рекламы в сети Интернет. Основные технологии, позволяющие реализовать кампании в социальных сетях.

Раздел 2. «Особенности и специфика коммуникации в социальных сетях».

Особенности социальной сети Вконтакте для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности социальной сети Facebook для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности социальной сети Одноклассники для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности социальной сети Instagram для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности социальной сети Мой мир для коммуникации с целевыми аудиториями. Особенности реализации SMM-технологий в блогосфере.

Раздел 3. «Основы планирования коммуникаций в социальных сетях и блогосфере».

Постановка целей и задач коммуникационных кампаний в социальных сетях. Определение целевой аудитории, исследование интересов аудитории, определение поведения аудитории, проведение анализа клиентской ниши, разработка базы для аудитории, подбор площадки с высокой концентрацией целевой аудитории, разработка общей стратегии присутствия в социальных сетях, подбор инструментов, оптимально решающих задачи, разработка системы клиентской лояльности, определение влияния SMM, интегрирование SMM-активности в общую маркетинговую стратегию компании. Основы составления программ для реализации современных SMM-технологий в социальных сетях и блогосфере. Подбор каналов коммуникации и методов эффективного взаимодействия с целевой аудиторией. Подбор инструментов для взаимодействия с целевой аудиторией.

Раздел 4. «Основы реализации коммуникаций в социальных сетях и блогосфере».

Методы позиционирования сообществ в социальных сетях. Принципы управления таргетированной рекламой в Vkontakte. Методы управления контекстной рекламой на Facebook. Прогноз бюджета контекстной рекламы и методы его оптимизации. Принципы проведения конкурсов в электронных сообществах потребителей. Стратегия использования мультимедийных сообщений в социальных сетях. Базовые принципы подачи видеоматериалов в социальных сетях. Использование SMM-технологий как инструмента коммуникации для преодоления кризисных ситуаций в компаниях.

Раздел 5. «Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях».

Использование программных комплексов для сбора аналитических данных о поведении Интернет-пользователей для отслеживания эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях. Принципы ручного мониторинга мнений в социальных сетях. Базовые принципы автоматического мониторинга пользовательских мнений в социальных сетях. Методы отслеживания Интернет-трафика в социальные группы и принципы определения его качества. Использование специализированных инструментов статистики в социальных сетях.

Раздел 6. «Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях».

Методы улучшения имиджа гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях. Работа с лидерами мнений для улучшения узнаваемости бренда. Основные принципы брендирования сообществ в социальных сетях. Стратегия интегрирования официального сайта бренда с социальными сетями. Методы адаптации контента корпоративного сайта для создания корпоративных блогов. Принципы написания текстов для корпоративных блогов.

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	-	Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет
2	2	4	1	-	Особенности и специфика коммуникации в социальных сетях
3	3	4	2	-	Основы планирования коммуникаций в социальных сетях и блогосфере
4	4	4	2	-	Основы реализации коммуникаций в социальных се-

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					тях и блогосфере
5	5	4	2	-	Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях
6	6	4	2	-	Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях
Итого:		24	10	X	

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	-	Понятие и сущность современных социальных сетей.
2	2	2	1	-	Основные технологии, позволяющие реализовать SMM-технологии.
3	3	2	1	-	Подбор каналов коммуникации и методов эффективного взаимодействия с целевой аудиторией в социальных сетях.
4	4	2	1	-	Базовые принципы подачи видеоматериалов в социальных сетях.
5	5	2	2	-	Методы отслеживания Интернет-траффика в социальные группы и принципы определения его качества.
6	6	2	2	-	Методы улучшения имиджа гостиничного бренда при помощи социальных сетей.
Итого:		12	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	18	20	-	Понятие социальных сетей и SMM-технологий. Роль SMM-технологий при продвижении компании в сети Интернет	Подготовка к дискуссии. Подготовка к заданию для работы в подгруппах (приложение 1)
2	2	18	20	-	Особенности и специфика коммуникации в социальных сетях	Подготовка к устному опросу, Дискуссия (приложение 2)
3	3	18	20	-	Основы планирования коммуникаций в социальных	Подготовка к устному опросу подготовка к практическому

					сетях и блогосфере	заданию (приложение 3)
4	4	18	20	-	Основы реализации коммуникаций в социальных сетях и блогосфере	Подготовка доклада, Подготовка к дискуссии (приложение 4) Подготовка презентация (приложение 7)
5	5	18	20	-	Методики контроля и анализа эффективности реализации коммуникативных программ в социальных сетях	Подготовка к устному опросу, подготовка к дискуссии (приложение 5)
6	6	18	22	-	Улучшение узнаваемости гостиничного бренда при помощи коммуникации в социальных сетях	Подготовка к устному опросу подготовка к защите проекта (приложение 6)
	1-6		4		Контроль	Подготовка к зачету (приложение 8)
Итого:		108	122	X	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. SEO - оптимизация. Преимущества и недостатки использования.
2. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде.
3. Новые виды Интернет-маркетинга и лидогенерации.
4. Основные принципы и методы поддержки сайтов.
5. Способы монетизации интернет-проектов.
6. Электронная коммерция. Виды электронной коммерции.
7. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.
8. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете.
9. Конкурс как инструмент лидогенерации.
10. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.
11. Электронный журнал. Сущность, цели, виды, применение.
12. Электронный журнал. Структура электронного журнала.
13. Правило «золотого сечения» в построении контента в виртуальном пространстве.
14. Фронтенд. Сущность, цели, виды, применение.
15. Подписная страница. Сущность, цели, виды, применение.
16. Формы продаж в Интернете.
17. Основные виды рекламных носителей в Интернете.
18. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете.
19. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение.
20. Конференции, семинары, тематические форумы.
21. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение.

22. Управление мнением сообществ в социальных сетях.
23. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.
24. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение.
25. Современные технологии в электронном бизнесе.
26. Показатели эффективности деятельности компании в SMM.

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	Дискуссия. Задания для работы в подгруппах	15
1.2	Устный опрос, Дискуссия	15
1.3	Устный опрос, Практическое задание	15
ИТОГО за первую текущую аттестацию		45
2 текущая аттестация		
2.1	Доклады, Дискуссии Презентация	20
2.2	Устный опрос, дискуссия	10
2.3	Устный опрос, проект	25
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		55
ВСЕГО		100

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 текущая аттестация		
1.1	Дискуссия. Задания для работы в подгруппах	15
1.2	Устный опрос, Дискуссия	15
1.3	Устный опрос, Практическое задание	15
2.1	Доклады, Дискуссии Презентация	20
2.2	Устный опрос, дискуссия	10
2.3	Устный опрос, проект	25
ВСЕГО		100

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
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ 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 «Тех-норматив»
 - 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

- MicrosoftWindows;
- MicrosoftOfficeProfessional.

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	Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг	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.	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>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>
--	--	--

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.

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 Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг

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-4. Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства.	ПКС-4.1. Разрабатывает концепции и стратегии развития сети гостиниц	3.1.: основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети	Не знает основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети	Знает основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети на начальном уровне	Знает основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети с небольшими ошибками	Знает основы статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничной сети
		У1 Выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению	Не умеет выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению	Умеет выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению	Хорошо умеет выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению	В совершенстве выявлять стратегические проблемы развития гостиничной сети и своевременно реализовывать меры по их устранению

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
		В1 : методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению	Не владеет методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению	Владеет методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению	Хорошо владеет методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению	В совершенстве методами выявления стратегических проблем развития гостиничной сети и разработка мер по их устранению
		3.2: основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли	Не знает основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли	Знает основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли на начальном уровне	Знает основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли с небольшими ошибками	Знает основы стратегического менеджмента и маркетинга в гостиничной отрасли
		У.2: осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети	Не умеет осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети	Умеет осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети	Хорошо умеет осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети	В совершенстве осуществлять стратегический контроль и оценку эффективности разработки концепции и стратегии развития гостиничной сети
		В.2: навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети	Не владеет навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети	Владеет навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети	Хорошо владеет навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети	В совершенстве навыками Формирования и реализации конкурентоспособной стратегии развития гостиничной сети

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг

Код, 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	2	3	4	5	6
1	Бушев, А. Б. Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности: сетевой дискурс : учебное пособие для вузов / А. Б. Бушев. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 176 с. https://e.lanbook.com/book/302774	ЭР*	20	100	+
2	Информационно-коммуникационные технологии в управлении различными сферами деятельности : электронное учебное пособие / А. Л. Абрамовский, Л. Н. Белоножко, Л. Л. Павлова, Д. А. Пензин. - Тюмень : ТИУ, 2021. - эл. опт. диск (CD-ROM). - URL: https://educon2.tyuiu.ru/mod/resource/view.php?id=820324 .	ЭР*	20	100	+

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

Лист согласования 00ДО-0000691717

Внутренний документ "Социальные сети как средство продвижения гостиничных услуг_2024_43.04.03_МГДм"

Документ подготовил: Молоткова Таисия Леонидовна

Документ подписал: Третьякова Оксана Владимировна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано