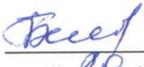


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 20.05.2024 11:57:41
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400af

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

 Председатель КСН
М.И. Белоножко
«28» 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг

направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 08.06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма, к результатам освоения дисциплины «Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг»

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой  М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

И.В. Легостаева, ассистент кафедры МиМУ



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины: становление профессиональной компетентности будущего бакалавра в гостиничном бизнесе путем формирования теоретических знаний и практических умений в области технологии формирования и продвижения гостиничного продукта.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ организации деятельности гостиниц и иных средств размещения.
2. Обобщение и систематизация знаний по координации и контролю, проведению оценки эффективности деятельности департаментов гостиничного комплекса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Методы продвижения и продажи гостиничных и туристических услуг» относится к дисциплинам части Блока 1 Учебного плана, формируемой участниками образовательного процесса.

Для полного усвоения данной дисциплины, обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Информационно-коммуникативные технологии в сфере гостеприимства», «Маркетинг организаций сферы гостеприимства».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- системы классификации гостиниц и иных средств размещения,
- правил делового этикета,
- каналов сбыта продукции,
- комплекс маркетинга

Умения:

- организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения,
- Соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников,
- Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков,
- Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга

Владение:

- методиками проверки соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения,
- приемами психологического воздействия на собеседников во время деловых встреч,
- методами прогнозирования сбыта продукции и рынков,
- методами проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов маркетинга

Содержание дисциплины «Методы продвижения и продажи гостиничных и туристических услуг» служит основой для освоения дисциплин: «Социальные сети как средство коммуникации» и «Технологии и организации обслуживания на предприятиях сферы гостеприимства».

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
1	2	3
ПКС-3. Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере	ПКС-3. 3.3.1. Законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг ПКС-3. 3.3.2. Специализированные программы, используемые в гостиничных комплексах ПКС-3. 3.3.3. Основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения	Знает: основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения. (3.3.3)
	ПКС-3. У.3.1. Организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения. ПКС-3. У.3.2. Разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров, заинтересованных сторон ПКС-3. У.3.3. Осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.	Умеет: осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса. (У.3.3)
	ПКС-3. В.3.1. Владеть методикой создания системы контроля в гостиницах и иных средствах размещения ПКС-3. В.3.2. Владеть стратегическими и тактическими методами анализа потребности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса в материальных ресурсах и персонале. ПКС-3. В.3.3. Соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников	Владеет: навыком соблюдения протокола деловых встреч и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников. (В.3.3)

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 час.

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	34/-	34/-	-	40+36/-	Экзамен/
заочная	3/5	-/10	-/8	-	-/117 +9	/Экзамен
Итого:	x	34/10	34/8	-	76/126	

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО) 3/- семестр

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	Раздел 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты	2/-	2/-	-	10/-	14/-	ПКС-3 (З.3.3) (У.3.3) (В.3.3)	Презентация Дискуссия Выполнение практической работы
2	2	Раздел 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием.	2/-	2/-	-	10/-	14/-	ПКС-3 (З.3.3) (У.3.3) (В.3.3)	Выполнение практической работы Дискуссия Презентация
3	3	Раздел 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж	4/-	4/-	-	10/-	18/-	ПКС-3 (З.3.3) (У.3.3) (В.3.3)	Выполнение практической работы Дискуссия Презентация
4	4	Раздел 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта.	26/-	26/-	-	10/-	62/-	ПКС-3 (З.3.3) (У.3.3) (В.3.3)	Выполнение практической работы Дискуссия Презентация
5	5	Экзамен	-	-	-	36/-	36/-	ПКС-3 (З.3.3) (У.3.3) (В.3.3)	Экзаменационные вопросы
			34/-	34/-	-	76/-	144/-		

Заочная форма обучения (ЗФО) -/5 семестр

№ 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	Раздел 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты	-/2	-/2	-	-/28	-/32		Презентация Дискуссия Выполнение практической работы
2	2	Раздел 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием.	-/2	-/2	-	-/28	-/32		Выполнение практической работы Дискуссия Презентация
3	3	Раздел 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж	-/2	-/2	-	-/28	-/32		Выполнение практической работы Дискуссия Презентация
4	4	Раздел 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта.	-/4	-/2	-	-/33	-/39		Выполнение практической работы Дискуссия Презентация
5	5	Экзамен	-	-	-	-/9	-/9		Экзаменационные вопросы
			-/10	-/8	-	-/126	-/144		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1 Рынок гостиничных услуг и его компоненты

Тема 1. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства

Определение понятия «гостеприимство». Этапы развития гостиничного дела. Зарождение гостиничного дела на Руси. Вклад Э. Статлера и Ц. Ритца в развитие гостеприимства. Основные функции гостиницы. Современные особенности гостиничного бизнеса. Показатели эффективного функционирования гостиницы. Преимущества вступления гостиницы в гостиничную сеть. Модели организации гостиничных цепей. Распространённые национальные классификации гостиниц. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства.

Тема 2. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.

Определение понятия «гостиницы», данное ЮНВТО. Виды возможных классификаций средств размещения в зависимости от различных особенностей. Альтернативные

классификации гостиниц, принятые в мировой практике. «Люксовая модель» гостиниц. Проблемы на всероссийском рынке индустрии гостеприимства.

Раздел 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием.

Тема 3. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.

Комплекс / инструменты маркетинга «4Р», его составляющие. Суть многоуровневой интегральной модели для анализа товара / гостиничной услуги. Этапы жизненного цикла гостиничного продукта. Внутренний и внешний маркетинг гостиничного предприятия. Управление качеством услуг в гостинице.

Тема 4. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.

Понятие и переменные сегментации рынка гостиничных услуг. Методы сегментации. Оценка эффективности сегментации. Ключевые факторы успеха.

Раздел 3 Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж.

Тема 5. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.

Понятие и характеристики гостиничного продукта. Номенклатура гостиничных услуг и методы её формирования. Влияние особенностей гостиничного продукта на планировку гостиниц. Влияние особенностей гостиничного продукта на обслуживание клиентов. Культура обслуживания. Неосвязаемость. Разнообразные факты материального характера. Неотделимость от источника и объекта услуги. Понятие «неосвязаемое», «неосвязаемость услуг», «неотделимость услуг», «непостоянство качества», «осязаемые элементы», «принцип неотделимости», «скоропортящийся характер услуг». Непостоянство качества. Несохраниемость.

Тема 6. Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг.

Стадии вовлечения клиентов. Понятие «потребление». Стадия оценки. Взаимодействие клиентов между собой. Участие потребителей в системе обслуживания. Проблема стандартизации и адаптации. Понятие «адаптация». Примеры эффективности стандартизации в гостиничной индустрии. Стандартизированные продукты.

Раздел 4 Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта.

Тема 7. Поведение потребителей.

Потребители гостиничного продукта и особенности их поведения. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом. Методы изучения и анализа предпочтений потребителей. Позиционирование как инструмент влияния на сознание потребителей.

Тема 8. Конкуренция и конкурентоспособность.

Виды, формы и методы конкуренции. Конкурентные силы и конкурентные преимущества. Показатели и методы оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. Анализ конкурентов.

Тема 9. Ценовая политика.

Понятие ценовой политики и её специфика в сфере гостиничной индустрии. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики. Системы скидок и надбавок. Влияние денежных доходов на поведение потребителей.

Тема 10. Сбытовая политика.

Сущность и основные элементы сбыта. Виды сбыта. Организация службы сбыта гостиницы. Персонал службы сбыта.

Тема 11. Организация процесса продаж.

Управление продажами в гостиничном предприятии. Стратегии увеличения продаж. Фактическая и потребительская ценность гостиничного продукта. Формирование уникального торгового предложения.

Тема 12. Рекламная политика.

Средства распространения рекламы. Формирование содержания рекламных материалов. Творческая составляющая создания печатных рекламных материалов. Оценка эффективности рекламы гостиничных услуг.

Тема 13. Политика продвижения.

Характеристика инструментов продвижения и их элементы. Технологии ATL и BTL продвижения услуг. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). Формирование лояльности потребителей.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия (ОФО/ЗФО-3/5 семестр)

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	1/-	-/1	-	Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства
2	1	1/-	-/-	-	Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.
3	2	2/-	-/1	-	Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.

4	2	2/-	-/1	-	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.
5	3	2/-	-/-	-	Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.
6	3	2/-	-/1	-	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг.
7	4	4/-	-/1	-	Поведение потребителей.
8	4	4/-	-	-	Конкуренция и конкурентоспособность.
9	4	2/-	-/1	-	Ценовая политика.
10	4	4/-	-/1	-	Сбытовая политика.
11	4	2/-	-/1	-	Организация процесса продаж.
12	4	4/-	-/1	-	Рекламная политика.
13	4	4/-	-/1	-	Политика продвижения.
		34/-	-/10	-	

Практические занятия ОФО/ЗФО – 1/1 семестр

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	-	Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства.
2	1	2/-	-/1	-	Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.
3	2	2/-	-/-	-	Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице
4	2	2/-	-/1	-	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.
5	3	2/-	-/-	-	Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.
6	3	2/-	-/1	-	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг.
7	4	2/-	-/-	-	Поведение потребителей.
8	4	2/-	-	-	Конкуренция и конкурентоспособность.
9	4	2/-	-/1	-	Ценовая политика
10	4	4/-	-/1	-	Сбытовая политика.
11	4	4/-	-/1	-	Организация процесса продаж.
12	4	4/-	-/1	-	Рекламная политика.
13	4	4/-	-/-	-	Политика продвижения.
		34/-	-/8	-	

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента ОФО/ЗФО – 3/5 семестр

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	3/-	-/9	-	Проблемы, существующие на всероссийском рынке индустрии гостеприимства.	Подготовка к практическим занятиям
2	1	3/-	-/9	-	Виды возможных классификаций средств размещения в зависимости от различных особенностей.	Подготовка к практическим занятиям
3	2	3/-	-/9	-	Внутренний и внешний маркетинг гостиничной деятельности.	Подготовка к практическим занятиям
4	2	3/-	-/9	-	Принципы сегментации в гостиничном бизнесе	Подготовка к практическим занятиям
5	3	3/-	-/9	-	Номенклатура гостиничных услуг.	Работа с вопросами для самоконтроля.
6	3	3/-	-/9	-	Стадии вовлечения клиентов	Подготовка к практическим занятиям
7	4	3/-	-/9	-	Факторы, влияющие на потребительский выбор.	Работа с вопросами для самоконтроля.
8	4	3/-	-/9	-	Ценовые и неценовые методы конкуренции.	Подготовка к практическим занятиям
9	4	3/-	-/9	-	Виды скидок в гостиничной сфере.	Работа с вопросами для самоконтроля.
10	4	3/-	-/9	-	Методы стимулирования персонала.	Выполнение письменных домашних заданий
11	4	3/-	-/9	-	Стратегии увеличения продаж.	Работа с вопросами для самоконтроля.
12	4	3/-	-/9	-	Специфика рекламных услуг гостиничного предприятия.	Выполнение письменных домашних заданий
13	4	4/-	-/9	-	Личная продажа как средство коммуникации.	Подготовка к презентации
14	Экзамен	36/-	-/9			
Итого:		76/-	-/126	-		

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. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

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.

ОФО – 3/- семестр

Таблица 8.1.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Готовая презентации по теме.	0-10
1.2	Дискуссия по заданной теме	0-10
1.3	Практическая работа по заданной теме	0-10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Дискуссии по заданной теме	0-10
2.2	Готовая презентация по теме	0-10
2.3	Практические работы по заданной теме	0-10
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Презентации по заданной тематике теме	0-10
3.2	Практические работы по заданной тематике	0-10
3.3	Дискуссии по заданной тематике	0-10
3.4	Готовая презентация по заданной теме	0-10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

ЗФО – -/5 семестр

Таблица 8.1.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1	Готовая презентации по теме.	0-10
2	Дискуссия по заданной теме	0-10
3	Практическая работа по заданной теме	0-10
4	Дискуссии по заданной теме	0-10
5	Готовая презентация по теме	0-10
6	Практические работы по заданной теме	0-10
7	Презентации по заданной тематике теме	0-10
8	Практические работы по заданной тематике	0-10
9	Дискуссии по заданной тематике	0-10

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
10	Готовая презентация по теме	0-10
	ВСЕГО	100

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

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

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М.

Губкина;

- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. MicrosoftOfficeProfessionalPlus;

2. MicrosoftOffice Windows

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	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

дисциплины: Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг
 направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело
 направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-3. Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере	Знает: основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения.	Не владеет знаниями основ организации деятельности гостиниц и иных средств размещения.	Демонстрирует отдельные знания основ организации деятельности гостиниц и иных средств размещения.	Демонстрирует достаточные знания основ организации деятельности гостиниц и иных средств размещения.	Демонстрирует исчерпывающие знания основ организации деятельности гостиниц и иных средств размещения.
	Умеет: осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.	Не умеет осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.	Умеет осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.	Достаточно умеет осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.	В совершенстве умеет осуществлять координацию и контроль, проводить оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса.
	Владеет: навыком соблюдения протокола деловых встреч и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников.	Не владеет навыком соблюдения протокола деловых встреч и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников.	Владеет навыком соблюдения протокола деловых встреч и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников.	Хорошо владеет навыком соблюдения протокола деловых встреч и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников.	В совершенстве владеет навыком соблюдения протокола деловых встреч и этикета с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников.

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг

Код, направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (Профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

Учебная, учебно-методическая литература по рабочей программе	Название учебной и учебно-методической литературы, автор, издательство	Год издания	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Место хранения	Наличие эл. варианта в электронно-библиотечной системе ТИИ
1	2	3	6	7	8	9	10
Основная	Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации [] / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. - Москва : Дашков и К, 2016. - 196 с. https://e.lanbook.com/book/93365	2016	ЭР*	15	100	БИК	ЭБС «Лань»
	Найджел Морган Реклама в туризме и отдыхе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 350700 «Реклама» и 230500 «Социально-культурный сервис и туризм» / Морган Найджел, Причард Аннет. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. — 5-238-00647-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71244.html	2017	ЭР*	25	100	БИК	ЭБС «IPR BOOKS»
	Розанова, Татьяна Павловна. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [] / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. - Москва : Дашков и К, 2017. - 130 с. https://e.lanbook.com/book/94021	2017	ЭР*	15	100	БИК	ЭБС «Лань»

Основная	Шарков, Феликс Изосимович. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К, 2017. - 271 с. https://e.lanbook.com/book/93478	2017	ЭР*	25	100	БИК	ЭБС «Лань»
----------	---	------	-----	----	-----	-----	------------

Заведующий кафедрой МнМУ
« 25 » августа 2020 г.

Белов М.Л. Белоножко

Директор БИК _____ Д.Х. Каюкова
« 25 » августа 2020 г.

М.П. *Самиев ано Дик МС, А.И. Ситникова*