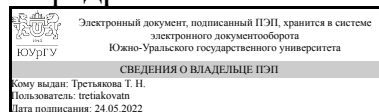


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



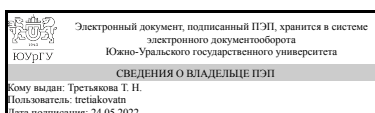
Т. Н. Третьякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М1.03.02 Стратегии взаимоотношений с потребителями
для направления 43.04.03 Гостиничное дело
уровень Магистратура
магистерская программа Общая теория и практика гостиничной деятельности
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

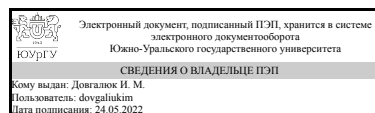
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело, утверждённым приказом Минобрнауки от 15.06.2017 № 558

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



Т. Н. Третьякова

Разработчик программы,
к.экон.н., доцент



И. М. Довгалою

1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование знаний и практических навыков последовательного и целенаправленного формирования системы партнерских отношений на клиентоориентированном предприятии гостиничной индустрии

Краткое содержание дисциплины

Задачи: понять сущность системы взаимоотношений фирмы с субъектами рыночного взаимодействия; усвоить основные принципы построения различных взаимоотношений и управления ими; получить практические навыки в работе с портфелем отношений, выборе партнеров и оценке взаимодействия; овладеть методами, приемами, инструментарием маркетинга взаимодействия и партнерских отношений; уметь строить и последовательно воплощать в жизнь стратегии развития компании используя новый маркетинговый инструментарий.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знает: сущность маркетинга взаимоотношений, его возможностей для получения прибыли; методы маркетинговых исследований для оценки взаимоотношений; основные методы и процедуры стимулирования, продвижения, лояльности, партнёрства Умеет: рассчитывать ценность потребителей для компании и осуществлять сегментацию потребителей на основе их ценности; разрабатывать маркетинговые программы для формирования взаимоотношений с потребителями; применять методы и процедуры современных технологий в области стимулирования, продвижения, лояльности, партнёрства Имеет практический опыт: использования принципов и технологий создания брендов в сфере гостеприимства; разработки концепции позиционирования и владение технологиями моделирования бренд-имиджа; применения полученных знаний в исследовательской работе
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает: сущность и содержание взаимоотношений с клиентскими группами компании; инструменты комплекса маркетинга взаимоотношений; принципы построения клиентоориентированной сервисной организации Умеет: самостоятельно подбирать учебный материал, анализировать лучшие бизнес-практики; анализировать поведение потребителя и посредством маркетинговых методов, формировать его Имеет практический опыт: методами

	бесконфликтных взаимоотношений с потребителями; изучения истории взаимодействия с клиентами
ПК-1 Способен оценивать экономические последствия и эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и реализации стратегии	Знает: основы концепции маркетинга взаимодействия, основы теории поведения потребителей Умеет: разрабатывать программы исследования потребителей Имеет практический опыт: обобщать результаты исследований в области маркетинга и управления взаимодействием с потребителями
ПК-4 Способен управлять и/или участвовать в разработке программы стратегического развития системы подготовки кадров для формирования кадрового потенциала сферы гостеприимства и общественного питания в регионах и/или туристских кластерах	Знает: теоретические аспекты клиентоориентированного подхода; технологии разработки стратегии CRM как основы подготовки кадров в сфере гостеприимства Умеет: разрабатывать план по развитию клиентоориентированных технологий; разрабатывать процедуры поддержки работоспособности информационных систем для формирования и развития кадрового потенциала сферы гостеприимства Имеет практический опыт: решать стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом основных требований системы подготовки кадров
ПК-6 Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере гостеприимства и общественного питания с учетом отраслевых новаций	Знает: инструменты формирования клиентоориентированного сервиса; виды лояльности потребителей; виды программ лояльности; методы оценки лояльности потребителей Умеет: пользоваться инструментами маркетинга в реализации взаимовыгодного сотрудничества с потребителями и бизнес-партнерами Имеет практический опыт: проводить самостоятельные исследования оценки лояльности потребителей гостиничных услуг
ПК-10 Способен организовывать и проводить профессиональное обучение и образование, повышение квалификации в образовательных организациях по программам профессионального обучения в сфере гостеприимства и общественного питания	Знает: сущность профессиональной ориентации персонала; содержание мероприятий по управлению деловой карьерой; способы подготовки и переподготовки руководящих кадров Умеет: управлять развитием организации, ее отдельными подразделениями, группами сотрудников, проектами; проводить диагностику системы управления человеческими ресурсами организации Имеет практический опыт: анализа и разработки стратегии организации профессионального обучения и переобучения на основе современных методов и передовых научных достижений

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
---	---

<p>Национальные гостиничные цепи, Иностранный язык в профессиональной деятельности, Современные проблемы науки в индустрии гостеприимства, Международные гостиничные цепи</p>	<p>Исследование, оценка и прогнозирование экономической устойчивости гостиничного предприятия, Проектирование услуг в индустрии гостеприимства, Устойчивое развитие индустрии гостеприимства, Глобальный маркетинг, Современные технологии гостиничной деятельности, Проектирование стандартов гостиничной деятельности, Технологии бренд-менеджмента в сфере гостеприимства, Технологии формирования и продвижения гостиничного продукта, Теории мотивации персонала и потребительского поведения в гостиничном деле, Производственная практика, организационно-управленческая практика (4 семестр)</p>
---	--

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

Дисциплина	Требования
<p>Международные гостиничные цепи</p>	<p>Знает: современные гостиничные цепи и управляющие компании, современные гостиничные цепи и управляющие компании, международные, национальные и региональные стандарты качества в индустрии гостеприимства, типологию моделей гостиничной деятельности, методику моделирования, принципы и подходы к стандартизированному моделированию в соответствии с международными стандартами обслуживания в гостиничных комплексах Умеет: анализировать информацию о деятельности современных гостиничных цепей на мировом и национальном рынке индустрии гостеприимства, анализировать информацию о деятельности современных гостиничных цепей на мировом и национальном рынке индустрии гостеприимства, анализировать и сопоставлять стандарты обслуживания и стандарты предприятия с менеджментом качества индустрии гостеприимства, выбирать методику моделирования и определять условия эффективного внедрения и функционирования стандартизированных моделей обслуживания в гостиничных комплексах в соответствии с международными стандартами Имеет практический опыт: интерпретации современных технологий передовых зарубежных и национальных гостиничных цепей, интерпретации современных технологий передовых зарубежных и национальных</p>

	<p>гостиничных цепей, разработки стандартов предприятия и стандартов обслуживания, с учетом комплексной оценки качества индустрии гостеприимства в регионе, проектирования моделей предметной области в индустрии гостеприимства в соответствии с международными стандартами</p>
<p>Иностранный язык в профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: языковые нормы культуры устного общения, этических и нравственных норм поведения, принятых в стране изучаемого языка, основные различия письменного и устного академического дискурса, терминологическую базу для профессионального общения; современные коммуникативные технологии на русском и иностранном языках; способы поиска источников профессиональной информации на иностранном языке Умеет: устанавливать контакты и поддерживать взаимодействие с представителями иноязычной культуры, адекватно понимать и интерпретировать устные и письменные академические тексты; составлять академические тексты (рефераты, аннотации, обзоры, статьи); создавать адекватные высказывания в условиях конкретной ситуации профессионально-ориентированного общения; реализовать коммуникативное намерение с целью воздействия на партнера по профессиональному общению, применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы профессионально-ориентированного общения для академического и профессионального взаимодействия; работать с источниками профессиональной информации на иностранном языке Имеет практический опыт: построения контактных и стимулирующих фраз речевого этикета; использования информации коммуникативного поведенческого и страноведческого характера в рамках гостиничной деятельности, использования коммуникативных стратегий для профессионально-ориентированной деятельности; использования приемов чтения профессионально-ориентированных текстов структурирования усваиваемого материала; методикой межличностного профессионального общения на русском и иностранном языках; презентационными технологиями для представления результатов исследовательской деятельности; исследовательскими технологиями для выполнения проектных заданий; речевых стратегий для участия в профессионально-ориентированной коммуникации на иностранном языке</p>
<p>Национальные гостиничные цепи</p>	<p>Знает: международные, национальные и региональные стандарты качества в индустрии гостеприимства, основные категории, входящие в</p>

	<p>понятие концепции и стратегии развития гостиничного предприятия в структуре национальных корпораций; роль и место сетевых стратегии в наращивании потенциала гостиничного предприятия, современное состояние и перспективы развития гостиничного рынка; особенности конъюнктуры рынка гостиничных услуг на национальном уровне; системы классификаций и типологию гостиниц, место гостиничных предприятий в индустрии гостеприимства, национальную специфику средств размещения, роль российской гостиничной индустрии в структуре экономики РФ и ее туристских центров</p> <p>Умеет: анализировать и сопоставлять стандарты обслуживания и стандарты предприятия в соответствие с национальными традициями гостеприимства, разрабатывать концепцию организаций размещения и общественного питания на основе изучения передового опыта национальных систем гостеприимства, применять на практике правовые и нормативные документы, регламентирующие гостиничную деятельность; проводить необходимые расчеты и обосновывать экономическую целесообразность открытия предприятия гостиничного бизнеса, оценивать современное состояние гостиничного комплекса России; исследовать тенденции и проблемы развития регионального гостиничного хозяйства</p> <p>Имеет практический опыт: разработки стандартов предприятия и стандартов обслуживания, с учетом межкультурных взаимодействий, подготовки инновационных проектов и технологий; грамотного применения методов анализа, разработки и поиска решений в организации инновационной гостиничной деятельности, пользоваться системами, содержащими нормативно-правовую и технологическую документацию, регламентирующую гостиничную деятельность, оценки эффективности составляющих гостиничного комплекса и гостиничных цепей</p>
<p>Современные проблемы науки в индустрии гостеприимства</p>	<p>Знает: методологию современных исследований в индустрии гостеприимства, основные концепции и теории науки в индустрии гостеприимства; составные части и характерные особенности индустрии гостеприимства, классификацию гостиничных предприятий, основные направления развития теории и методов исследований в индустрии гостеприимства, особенности написания научных статей</p> <p>Умеет: формулировать понятийный аппарат научного исследования в индустрии гостеприимства, анализировать подходы к управлению индустрией гостеприимства; анализировать систему</p>

	менеджмента в разных странах мира; описывать признаки организации; анализировать особенности гостиничной деятельности, обосновывать актуальность и формулировать научную проблему в прикладных исследованиях в сфере гостиничной деятельности, представлять материалы исследовательской деятельности в научных статьях и на конференциях Имеет практический опыт: теоретико-методологического обобщения научных исследований в сфере гостиничной деятельности, построения структуры управления в индустрии гостеприимства; проводить сравнительный анализ систем менеджмента гостеприимства в разных странах мира, использования методологии научного исследования и компетентностного подхода к научно-практической деятельности в сфере гостиничного дела, анализа и обобщения материалов исследования в научных докладах и статьях
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 20,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		2	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	12	12	
Лекции (Л)	4	4	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	87,5	87,5	
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
Подготовка к практическому занятию 4	18	18	
Подготовка к практическому занятию 3	18	18	
Подготовка к практическому занятию 1	6	6	
Подготовка к практическому занятию 2	12	12	
Подготовка к итоговому тестированию	33,5	33,5	
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5	
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен	

5. Содержание дисциплины

№	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных
---	----------------------------------	------------------

раздела		занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Теоретические основы маркетинга взаимоотношений, инструментарий управления взаимоотношениями с целевыми клиентами	6	2	4	0
2	Стратегии управления взаимоотношениями в гостиничном бизнесе	6	2	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Сущность маркетинга взаимоотношений. Роль и значимость клиента в маркетинге взаимоотношений. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. Принципы построения клиентоориентированной организации гостиничного сервиса. Основные факторы и методы, определяющие ценность клиента в маркетинге взаимоотношений.	2
2	2	Основные модели управления взаимоотношениями: портфельный подход к управлению взаимоотношениями. Формирование и внедрение стратегии по управлению взаимоотношениями. Создание ценности взаимоотношений и управление ею. Согласование стратегий партнеров в рамках взаимодействия. Структурная организация управления взаимоотношениями в компании. Различные технологий управления и контроля: CRM программы, и подготовка их внедрения. Управление и контроль цепочки партнерских отношений. Процесс управления отношениями. Последовательность шагов и этапов. Новые навыки сотрудников и описание должностных обязанностей. Модели сотрудничества. Измерители результативности маркетинга взаимоотношений.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Основные стратегии управления взаимоотношениями с клиентами (семинарское занятие 1)	2
2	1	Управление лояльностью потребителей на основе баз данных. Оценка лояльности потребителей гостиничных услуг	2
3	2	Разработка плана по развитию клиентоориентированных технологий. Разработка программы исследования потребителей.	2
4	2	Разработка стратегии организации профессионального обучения и переобучения на основе современных методов и передовых научных достижений	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием	Семестр	Кол-

	разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс		во часов
Подготовка к практическому занятию 4	Скворцова, Н.А. УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРОЙ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ / Н.А. Скворцова // Вестник ОрелГИЭТ. — 2018. — № 3. — С. 36-41. — ISSN 2076-5347. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/309243 Организация и техника ведения переговоров : методические указания / составитель Л. А. Белослутцева. — Сочи : СГУ, 2018. — 18 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147763	2	18
Подготовка к практическому занятию 3	Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - https://e.lanbook.com/book/167596 Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — Москва : Финансовый университет, 2014. — 224 с. — ISBN 978-5-4365-0132-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - https://e.lanbook.com/book/152023	2	18
Подготовка к практическому занятию 1	Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - https://e.lanbook.com/book/167596	2	6
Подготовка к практическому занятию 2	Мартынов, И. Ю. Информационное обеспечение маркетинговых решений : учебное пособие / И. Ю. Мартынов. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. — 120 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - https://e.lanbook.com/book/170475	2	12
Подготовка к итоговому тестированию	Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - https://e.lanbook.com/book/167596 Мартынов, И. Ю. Информационное обеспечение маркетинговых решений :	2	33,5

	<p>учебное пособие / И. Ю. Мартынов. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. — 120 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - https://e.lanbook.com/book/170475</p> <p>Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — Москва : Финансовый университет, 2014. — 224 с. — ISBN 978-5-4365-0132-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - https://e.lanbook.com/book/152023</p> <p>Скворцова, Н.А. УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРОЙ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ / Н.А. Скворцова // Вестник ОрелГИЭТ. — 2018. — № 3. — С. 36-41. — ISSN 2076-5347. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/309243</p> <p>Организация и техника ведения переговоров : методические указания / составитель Л. А. Белослутцева. — Сочи : СГУ, 2018. — 18 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147763</p> <p>Корнеевец, В. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебное пособие / В. С. Корнеевец, Л. В. Семенова, И. И. Драгилова. — 2-е изд. — Калининград : БФУ им. И.Канта, 2008. — 172 с. — ISBN 978-5-9971-0179-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.</p>		
--	---	--	--

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-мestr	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	2	Текущий контроль	ПЗ-1. Основные стратегии управления	0,15	5	5 баллов: при подготовке к докладу использованы	экзамен

			<p>взаимоотношениями с клиентами</p>		<p>дополнительные источники информации; содержание заданной темы раскрыто в полном объеме; присутствует аналитический подход; отражена структура доклада (вступление, основная часть, заключение, присутствуют выводы и примеры); оригинальность выполнения (работа сделана самостоятельно, грамотно представлена). Материал достаточно иллюстрирован достоверными примерами; презентация выстроена в соответствии с текстом выступления, аргументация и система доказательств корректны.</p> <p>4 балла: содержание доклада включает в себя информацию из основных источников, дополнительные источники информации не использовались; содержание заданной темы раскрыто не в полном объеме; структура доклада сохранена, но отдельные части недостаточно полно сформулированы (вступление, основная часть, заключение, присутствуют выводы и примеры). Имеются неточности в терминологии и изложении, не искажающие содержание темы.</p> <p>3 балла: ограниченно использованы источники базовой информации; содержание заданной темы раскрыто не в полном объеме; невятно отражена структура доклада (вступление, основная часть, заключение, выводы и примеры). Имеются ошибки в терминологии и изложении, частично искажающие смысл содержания учебного материала; материал изложен непоследовательно и нелогично; недостаточно достоверных примеров.</p> <p>2 балла: содержание доклада ограничено информацией только из отдельных пособий;</p>
--	--	--	--------------------------------------	--	---

						<p>содержание заданной темы раскрыто не в полном объеме. 1 балл: тема не соответствует содержанию, не раскрыта; подобран недостоверный материал; грубые ошибки в терминологии и изложении, полностью искажающие смысл содержания учебного материала; информация изложена нелогично; выводы неверные или отсутствуют 0 баллов: доклад не подготовлен.</p>	
2	2	Текущий контроль	ПЗ-2. Оценка лояльности потребителей гостиничных услуг	0,25	10	<p>Максимальный балл – 10 9-10 баллов – полное соответствие показателям выполнения практического задания: – задание имеет логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными положениями; – при выполнении задания эффективно использует наглядные материалы и технические средства (презентация); – при выполнении задания (или его защите) студент демонстрирует понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры не только по материалам лекции, но и самостоятельно составленные; – практическая работа сдается своевременно в указанный срок. 7-8 баллов – почти полное соответствие показателям выполнения практического задания – соблюдение подавляющего большинства требований к выполненному практическому заданию, однако студент не вполне точно умеет делать обоснованные выводы (учитывается полнота и глубина ответа, полнота суждений, умение привести примеры); - допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и</p>	экзамен

					<p>навыков. 5-6 баллов – не полное соответствие показателям выполнения практического задания: – студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «9 баллов», но допускает 1-2 ошибки в том числе в расчетах; – при выполнении задания не использует наглядные материалы и технические средства (презентация). 3-4 балла – не соответствие показателям выполнения практического задания: – студент излагает материал неполно и допускает неточности в характеристике показателей; - студент не знает основные формулы расчета показателей; – не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; – при выполнении задания не использует наглядные материалы и технические средства (презентация); – при ответе излагает материал непоследовательно и допускает ошибки; – практическая работа не сдается своевременно в указанный срок. 1-2 балла – не соответствие показателям выполнения практического задания – не соответствие всех требований к выполнению практического задания. 0 баллов – практическая работа не представлена к оценке.</p>		
3	2	Текущий контроль	ПЗ-3. Разработка плана по развитию клиентоориентированных технологий / разработка программы исследования потребителей	0,35	10	<p>Максимальный балл – 10 9-10 баллов – полное соответствие показателям выполнения практического задания: – задание имеет логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными положениями; – при выполнении задания</p>	экзамен

					<p>эффективно использует наглядные материалы и технические средства (презентация);</p> <p>– при выполнении задания (или его защите) студент демонстрирует понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры не только по материалам лекции, но и самостоятельно составленные;</p> <p>– практическая работа сдается своевременно в указанный срок.</p> <p>7-8 баллов – почти полное соответствие показателям выполнения практического задания – соблюдение подавляющего большинства требований к выполненному практическому заданию, однако студент не вполне точно умеет делать обоснованные выводы (учитывается полнота и глубина ответа, полнота суждений, умение привести примеры);</p> <p>- допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков.</p> <p>5-6 баллов – не полное соответствие показателям выполнения практического задания:</p> <p>– студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «9 баллов», но допускает 1-2 ошибки в том числе в расчетах;</p> <p>– при выполнении задания не использует наглядные материалы и технические средства (презентация).</p> <p>3-4 балла – не соответствие показателям выполнения практического задания:</p> <p>– студент излагает материал неполно и допускает неточности в характеристике показателей;</p> <p>- студент не знает основные формулы расчета показателей;</p> <p>– не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои</p>	
--	--	--	--	--	--	--

						<p>суждения и привести свои примеры;</p> <ul style="list-style-type: none"> – при выполнении задания не использует наглядные материалы и технические средства (презентация); – при ответе излагает материал непоследовательно и допускает ошибки; – практическая работа не сдается своевременно в указанный срок. <p>1-2 балла – не соответствие показателям выполнения практического задания – не соответствие всех требований к выполнению практического задания.</p> <p>0 баллов – практическая работа не представлена к оценке.</p>	
4	2	Текущий контроль	<p>ПЗ-4. Анализ и разработка стратегии организации профессионального обучения и переобучения на основе современных методов и передовых научных достижений</p>	0,25	10	<p>Максимальный балл – 10</p> <p>9-10 баллов – полное соответствие показателям выполнения практического задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – задание имеет логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными положениями; – при выполнении задания эффективно использует наглядные материалы и технические средства (презентация); – при выполнении задания (или его защите) студент демонстрирует понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры не только по материалам лекции, но и самостоятельно составленные; – практическая работа сдается своевременно в указанный срок. <p>7-8 баллов – почти полное соответствие показателям выполнения практического задания – соблюдение подавляющего большинства требований к выполненному практическому заданию, однако студент не вполне точно умеет делать обоснованные выводы</p>	экзамен

					<p>(учитывается полнота и глубина ответа, полнота суждений, умение привести примеры);</p> <ul style="list-style-type: none"> - допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков. <p>5-6 баллов – не полное соответствие показателям выполнения практического задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «9 баллов», но допускает 1-2 ошибки в том числе в расчетах; – при выполнении задания не использует наглядные материалы и технические средства (презентация). <p>3-4 балла – не соответствие показателям выполнения практического задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – студент излагает материал неполно и допускает неточности в характеристике показателей; - студент не знает основные формулы расчета показателей; – не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; – при выполнении задания не использует наглядные материалы и технические средства (презентация); – при ответе излагает материал не последовательно и допускает ошибки; – практическая работа не сдается своевременно в указанный срок. <p>1-2 балла – не соответствие показателям выполнения практического задания – не соответствие всех требований к выполнению практического задания.</p> <p>0 баллов – практическая работа не представлена к оценке.</p>		
5	2	Промежуточная аттестация	Итоговое тестирование	-	10	<p>9-10 баллов – 85-100% правильных ответов в тесте</p> <p>7-8 баллов – 75-84%</p> <p>5-6 баллов – 60-74%</p> <p>1-4 балла – 0-59%</p>	экзамен

					0 баллов – тест не пройден	
--	--	--	--	--	----------------------------	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	Итоговое тестирование	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
УК-3	Знает: сущность маркетинга взаимоотношений, его возможностей для получения прибыли; методы маркетинговых исследований для оценки взаимоотношений; основные методы и процедуры стимулирования, продвижения, лояльности, партнёрства	+	+			+
УК-3	Умеет: рассчитывать ценность потребителей для компании и осуществлять сегментацию потребителей на основе их ценности; разрабатывать маркетинговые программы для формирования взаимоотношений с потребителями; применять методы и процедуры современных технологий в области стимулирования, продвижения, лояльности, партнёрства			+		
УК-3	Имеет практический опыт: использования принципов и технологий создания брендов в сфере гостеприимства; разработки концепции позиционирования и владение технологиями моделирования бренд-имиджа; применения полученных знаний в исследовательской работе			+		
УК-4	Знает: сущность и содержание взаимоотношений с клиентскими группами компании; инструменты комплекса маркетинга взаимоотношений; принципы построения клиентоориентированной сервисной организации	+				+
УК-4	Умеет: самостоятельно подбирать учебный материал, анализировать лучшие бизнес-практики; анализировать поведение потребителя и посредством маркетинговых методов, формировать его				+	+
УК-4	Имеет практический опыт: методами бесконфликтных взаимоотношений с потребителями; изучения истории взаимодействия с клиентами				+	
ПК-1	Знает: основы концепции маркетинга взаимодействия, основы теории поведения потребителей	+				+
ПК-1	Умеет: разрабатывать программы исследования потребителей				+	
ПК-1	Имеет практический опыт: обобщать результаты исследований в области маркетинга и управления взаимодействием с потребителями				+	
ПК-4	Знает: теоретические аспекты клиентоориентированного подхода; технологии разработки стратегии CRM как основы подготовки кадров в сфере гостеприимства	+				+
ПК-4	Умеет: разрабатывать план по развитию клиентоориентированных технологий; разрабатывать процедуры поддержки работоспособности информационных систем для формирования и развития кадрового потенциала сферы гостеприимства					+
ПК-4	Имеет практический опыт: решать стандартные задачи профессиональной деятельности с учетом основных требований системы подготовки кадров				+	
ПК-6	Знает: инструменты формирования клиентоориентированного сервиса; виды лояльности потребителей; виды программ лояльности; методы оценки лояльности потребителей	+	+			+
ПК-6	Умеет: пользоваться инструментами маркетинга в реализации взаимовыгодного сотрудничества с потребителями и бизнес-партнерами				+	+
ПК-6	Имеет практический опыт: проводить самостоятельные исследования оценки лояльности потребителей гостиничных услуг				+	

2	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Лобарева, Н. В. Маркетинг взаимоотношений : учебное пособие / Н. В. Лобарева. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. https://e.lanbook.com/book/167596
3	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — Москва : Финансовый университет, 2014. — 224 с. — ISBN 978-5-4365-0132-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. https://e.lanbook.com/book/152023
4	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Корнеевец, В. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебное пособие / В. С. Корнеевец, Л. В. Семенова, И. И. Драгилева. — 2-е изд. — Калининград : БФУ им. И.Канта, 2008. — 172 с. — ISBN 978-5-9971-0179-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. https://e.lanbook.com/book/13139
5	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Мартынов, И. Ю. Информационное обеспечение маркетинговых решений : учебное пособие / И. Ю. Мартынов. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. — 120 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. https://e.lanbook.com/book/170475
6	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Организация и техника ведения переговоров : методические указания / составитель Л. А. Белослутцева. — Сочи : СГУ, 2018. — 18 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. https://e.lanbook.com/book/147763
7	Журналы	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Скворцова, Н.А. УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРОЙ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ / Н.А. Скворцова // Вестник ОрелГИЭТ. — 2018. — № 3. — С. 36-41. — ISSN 2076-5347. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. https://e.lanbook.com/journal/issue/309243

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Project(бессрочно)
2. Microsoft-Office(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
Экзамен	303 (6)	Компьютеры, мультимедийное оборудование
Практические занятия и семинары	303 (6)	Компьютеры, мультимедийное оборудование

Лекции	303 (6)	Компьютеры, мультимедийное оборудование
--------	------------	---