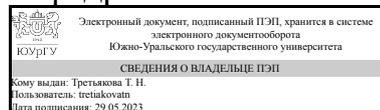


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



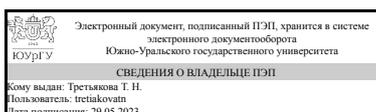
Т. Н. Третьякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.02.01 Цифровой маркетинг: проектное обучение
для направления 43.04.03 Гостиничное дело
уровень Магистратура
магистерская программа Цифровая трансформация в индустрии гостеприимства
форма обучения очная
кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

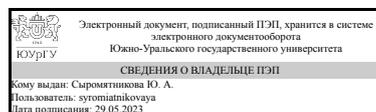
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело, утверждённым приказом Минобрнауки от 15.06.2017 № 558

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



Т. Н. Третьякова

Разработчик программы,
к.пед.н., доцент



Ю. А. Сыромятникова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса — дать студентам представление о маркетинге в цифровой среде и его основных направлениях; выявить способы формирования и средства удовлетворения потребностей в цифровой среде; охарактеризовать принципы и методы маркетинговых технологий.

Краткое содержание дисциплины

Курс направлен на знакомство с основами цифрового маркетинга и содержит два раздела. Первый раздел "Технологии формирования бренда в цифровой среде" посвящен изучению феномена бренда в цифровой среде, а также выявлению этапов и технологий формирования цифрового бренда. Второй раздел "Изучение потребителей в цифровой среде" ориентирован на изучении специфики потребления как вида деятельности в цифровой среде, основных правил составления цифрового профиля потребителя, а также на определение перспектив развития цифрового маркетинга в России

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных технологий	Знает: особенности маркетинга гостиничного предприятия в цифровой среде Умеет: разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации в условиях цифровой экономики Имеет практический опыт: построения эффективных маркетинговых коммуникаций в цифровой среде
ПК-3 Способен осуществлять научно-аналитическое обоснование выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания	Знает: современные стратегии цифрового маркетинга в индустрии гостеприимства; ключевые показатели эффективности цифрового маркетинга Умеет: организовывать и проводить маркетинговые исследования в условиях цифровой экономики Имеет практический опыт: оценки эффективности маркетинговых кампаний гостиничного предприятия в цифровой среде

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Организация опытно-экспериментальной работы в гостиничной деятельности, Международные гостиничные цепи, Правовое регулирование гостиничной деятельности, Цифровые технологии гостиничной деятельности, Статистические исследования в индустрии	Исследование, оценка и прогнозирование экономической устойчивости гостиничного предприятия

гостеприимства, Производственная практика (организационно-управленческая) (2 семестр)	
--	--

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

Дисциплина	Требования
Цифровые технологии гостиничной деятельности	<p>Знает: основные понятия, принципы и особенности статистического анализа информации, современные цифровые технологии, используемые в индустрии гостеприимства в РФ и за рубежом, особенности использования цифровых технологий при проектировании маркетинговых инноваций в индустрии гостеприимства</p> <p>Умеет: осуществлять поиск нужных источников информации; составлять аналитические отчеты на основе полученной информации, организовывать в цифровой среде взаимодействие с другими людьми, генерировать идеи маркетинговых инноваций и воплощать их в цифровых технологиях; реализовать маркетинговые инновации посредством цифровых технологий</p> <p>Имеет практический опыт: управления информационными ресурсами и использования основных гостиничных программ в цифровой среде, использования различных цифровых средств для организации профессионального взаимодействия в индустрии гостеприимства в условиях цифровой среды, создания опросников, анкет на онлайн платформах для проведения маркетинговых исследований</p>
Организация опытно-экспериментальной работы в гостиничной деятельности	<p>Знает: методологические подходы, принципы и методы исследования гостиничной деятельности, особенности построения понятийного аппарата научных исследований в российских и зарубежных базах научного цитирования, методологию опытно-экспериментальной работы по улучшению деятельности предприятий индустрии гостеприимства, современные концепции инноватики, механизм влияния технологических укладов на экономическую структуру, направления развития наукоемких отраслей и технологий; методы экономической оценки и обоснования инновационных проектов</p> <p>Умеет: выбирать методы для осуществления исследовательской деятельности в индустрии гостеприимства, формулировать понятийный аппарат и описание методов научного эксперимента на русском и иностранном языках, определить условия, цели и задачи организации опытно-экспериментальной работы по улучшению деятельности предприятий</p>

	<p>индустрии гостеприимства, разработать обоснование создания научно-технических нововведений, инновационных идей, оценивать эффективность их функционирования Имеет практический опыт: самостоятельного анализа и обобщения проблем индустрии гостеприимства, представления научных результатов в статейном материале и на научных конференциях в России и за рубежом, применять исследовательские методы в деятельности предприятий индустрии гостеприимства, использования методов проектно-технологического менеджмента в деятельности предприятий индустрии гостеприимства</p>
<p>Статистические исследования в индустрии гостеприимства</p>	<p>Знает: основные источники статистической информации в сфере гостеприимства; методы сбора, обработки и анализа статистической информации по сфере гостеприимства, алгоритм проведения исследовательского проекта в индустрии туризма и гостеприимства, технологию применения различных статистических методов, применяемых в отрасли, формы статистической отчетности; методика и методы статистического анализа; способы сбора статистической информации, системы показателей статистики гостиничной индустрии, принципы и методы их расчета Умеет: использовать методы общей теории статистики в анализе деятельности гостиничных предприятий, грамотно интерпретировать полученные результаты; составлять, понимать и анализировать статистическую отчетность в сфере гостеприимства, составлять, понимать и анализировать статистическую отчетность, как основную форму статистического наблюдения в сфере гостеприимства; применять методы расчета основных статистических показателей в сфере гостеприимства, использовать методологию обработки и анализа статистической информации; применять методы обработки статистических данных, планировать, организовывать и контролировать процесс выполнения исследовательского проекта, включая выбор источников информации, ее сбора, редактирования и анализа Имеет практический опыт: применять методы расчета основных статистических показателей сферы гостеприимства, выявлять и оценивать взаимосвязи между основными показателями в сфере гостеприимства и анализировать их динамику, применения методов расчета абсолютных, относительных и средних величин, показателей вариации, экономических индексов, корреляции и регрессии, показателей рядов динамики, статистической обработки полученных в ходе исследования данных;</p>

Международные гостиничные цепи	<p>интерпретировать и объяснить полученные результаты исследования</p> <p>Знает: современные гостиничные цепи и управляющие компании, типологию моделей гостиничной деятельности, методику моделирования, принципы и подходы к стандартизированному моделированию в соответствии с международными стандартами обслуживания в гостиничных комплексах, международные, национальные и региональные стандарты качества в индустрии гостеприимства, современные гостиничные цепи и управляющие компании</p> <p>Умеет: анализировать информацию о деятельности современных гостиничных цепей на мировом и национальном рынке индустрии гостеприимства, выбирать методику моделирования и определять условия эффективного внедрения и функционирования стандартизированных моделей обслуживания в гостиничных комплексах в соответствии с международными стандартами, анализировать и сопоставлять стандарты обслуживания и стандарты предприятия с менеджментом качества индустрии гостеприимства, анализировать информацию о деятельности современных гостиничных цепей на мировом и национальном рынке индустрии гостеприимства</p> <p>Имеет практический опыт: интерпретации современных технологий передовых зарубежных и национальных гостиничных цепей, проектирования моделей предметной области в индустрии гостеприимства в соответствии с международными стандартами, разработки стандартов предприятия и стандартов обслуживания, с учетом комплексной оценки качества индустрии гостеприимства в регионе, интерпретации современных технологий передовых зарубежных и национальных гостиничных цепей</p>
Правовое регулирование гостиничной деятельности	<p>Знает: содержание норм, регулирующих отношения в сфере осуществления профессиональной отраслевой деятельности в индустрии туризма и гостиничного дела и их государственного регулирования, действующее законодательство, регулирующее отношения в сфере гостиничного обслуживания, структуру договорных связей, возникающих на рынке гостиничных услуг, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками гостиничной деятельности, основные нормативно-правовые подходы к категории «гостиничная деятельность»</p> <p>Умеет: ориентироваться в системе источников, регулирующих отношения, возникающие в сфере осуществления профессиональной отраслевой деятельности в индустрии туризма и</p>

	<p>гостиничного дела и их государственного регулирования, ориентироваться в системе российского права и системе российского законодательства; правильно квалифицировать факты, имеющее юридическое значение, выявлять особенности применения норм международного и отечественного законодательства при разработке и реализации программ развития предприятий гостиничного бизнеса Имеет практический опыт: оперирования основными понятиями и категориальным аппаратом института правового регулирования профессиональной отраслевой деятельности в индустрии туризма и гостиничного дела, принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом; правильно составлять и оформлять юридические документы в сфере гостеприимства, работы с международными нормативными правовыми актами, национальными законами, регламентирующими деятельность предприятий гостиничного бизнеса</p>
<p>Производственная практика (организационно-управленческая) (2 семестр)</p>	<p>Знает: инструментарий мониторинга деятельности предприятий индустрии гостеприимства, место гостиничных предприятий в индустрии гостеприимства, национальную специфику средств размещения, роль российской гостиничной индустрии в структуре экономики РФ и ее туристских центров, современное состояние и перспективы развития гостиничного рынка; особенности конъюнктуры рынка гостиничных услуг на национальном уровне, типологию моделей гостиничной деятельности, методiku моделирования, принципы и подходы к стандартизированному моделированию в соответствии с международными стандартами обслуживания в гостиничных комплексах Умеет: анализировать состояние рынка индустрии гостеприимства, технологические процессы деятельности гостиничных предприятий, оценивать современное состояние гостиничного комплекса России; исследовать тенденции и проблемы развития регионального гостиничного хозяйства, применять на практике правовые и нормативные документы, регламентирующие гостиничную деятельность; проводить необходимые расчеты и обосновывать экономическую целесообразность открытия предприятия гостиничного бизнеса, выбирать методiku моделирования и определять условия эффективного внедрения и функционирования стандартизированных моделей обслуживания в гостиничных комплексах в соответствии с международными стандартами Имеет практический опыт: оценки эффективности и</p>

	качества оказываемых услуг и состояния предприятий индустрии гостеприимства, оценки эффективности составляющих гостиничного комплекса и гостиничных цепей, пользоваться системами, содержащими нормативно-правовую и технологическую документацию, регламентирующую гостиничную деятельность, проектирования моделей предметной области в индустрии гостеприимства в соответствии с международными стандартами
--	--

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 24,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108	
<i>Аудиторные занятия:</i>	16	16	
Лекции (Л)	0	0	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	83,5	83,5	
Выполнение заданий в Электронном ЮУрГУ	43,5	43,5	
Подготовка к экзамену	40	40	
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5	
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен	

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Технологии формирования бренда в цифровой среде	8	0	8	0
2	Изучение потребителей в цифровой среде	8	0	8	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Понятие, составляющие, роль и виды бренда в цифровой среде	2

2	1	Этапы формирования цифрового бренда	2
3	1	Интернет-брендинг	2
4	1	Контрольная работа	2
5	2	Методы изучения потребителей в цифровой среде	2
6	2	Составление цифрового профиля потребителя	2
7	2	Психотипы потребителей в социальной сети	2
8	2	Перспективы развития цифрового маркетинга в России	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Выполнение заданий в Электронном ЮУрГУ	Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01486-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511383 Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520372	3	43,5
Подготовка к экзамену	Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520372 Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01486-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511383	3	40

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	3	Текущий контроль	Контрольная работа	1	6	Контрольная работа проверяет знание терминологии курса (письменный опрос). Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -30 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 6. На каждое задание необходимо дать развернутый ответ. При выставлении оценки за каждый ответ будет учитываться полнота содержания, грамотность, точность формулировки, самостоятельность работы. При буквальном совпадении ответов студентов их оценки аннулируются.	экзамен
2	3	Текущий контроль	CRM-системы в индустрии гостеприимства	1	15	Проанализировать современные CRM-системы в индустрии гостеприимства и определить их функциональность и экономическую целесообразность. Основные критерии: определение преимуществ и недостатков каждой из проанализированных систем -5 баллов, грамотное оформление схем и диаграмм - 5 баллов, авторские выводы и рекомендации - 5 баллов	экзамен
3	3	Текущий контроль	Исследование рынка гостиничных услуг	1	10	Задание содержит пять пунктов, каждый из которых оценивается, исходя из следующих правил: за правильный ответ 2 балла, за частично правильный ответ 1 балл, за неправильный ответ 0 баллов.	экзамен
4	3	Проме-жуточная аттестация	Разработка маркетингового мероприятия в цифровой среде отеля	-	10	Критерии оценки: полнота изложения - 2 балла, грамотность речи - 2 балла, достаточное количество источников информации и наличие ссылок на исследования - 2 балла, авторские выводы и рекомендации - 2 балла,	экзамен

					соблюдение сроков выполнения задания - 2 балл	
--	--	--	--	--	---	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	<p>Экзамен проводится в форме компьютерного тестирования. На итоговую оценку влияют результаты текущей работы в семестре. При условии выполнении всех контрольных работ текущего семестра и достижения рейтинга 90%, студент освобождается от итогового тестирования. Итоговая оценка по дисциплине формируется с использованием балльно-рейтинговой системы оценивания результатов учебной деятельности обучающихся. Отлично: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85–100%. Хорошо: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75–84%. Удовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60–74%. Неудовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0–59%.</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
ПК-2	Знает: особенности маркетинга гостиничного предприятия в цифровой среде	+			+
ПК-2	Умеет: разрабатывать и внедрять маркетинговые инновации в условиях цифровой экономики		+	+	+
ПК-2	Имеет практический опыт: построения эффективных маркетинговых коммуникаций в цифровой среде			+	+
ПК-3	Знает: современные стратегии цифрового маркетинга в индустрии гостеприимства; ключевые показатели эффективности цифрового маркетинга	+			+
ПК-3	Умеет: организовывать и проводить маркетинговые исследования в условиях цифровой экономики		+	+	+
ПК-3	Имеет практический опыт: оценки эффективности маркетинговых кампаний гостиничного предприятия в цифровой среде			+	

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) *основная литература:*

Не предусмотрена

б) *дополнительная литература:*

Не предусмотрена

в) *отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Цифровой маркетинг в сфере туризма_статья

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Цифровой маркетинг в сфере туризма_статья

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520372
2	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01486-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511383

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Не предусмотрено