

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 16.05.2025 11:54:22
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Высшая школа управления
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА
(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

УПРАВЛЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫМ КОМПЛЕКСОМ
(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства» входит в программу магистратуры «Управление гостиничным комплексом» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса. Дисциплина состоит из 3 разделов и 25 тем и направлена на изучение теоретических основ современной концепции маркетинга и маркетинговых коммуникаций, а также их категориально-понятийного аппарата; роли и функций составляющих элементов комплекса маркетинговых коммуникаций в системе маркетинговой деятельности предприятия в условиях цифровизации экономики; методов организации и управления маркетинговыми коммуникациями для предприятий индустрии гостеприимства сектора B2B и B2C в условиях цифровизации экономики.

Целью освоения дисциплины является формирование у слушателей комплекса знаний и навыков в области разработки и реализации комплекса маркетинговых коммуникаций на предприятии индустрии гостеприимства в условиях цифровизации экономики, работающих на рынках B2C и B2B, а также контроля их эффективности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 - Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 - Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3 - Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4 - Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.5 - Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе	УК-6.1 - Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2 - Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3 - Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4 - Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения.
УК-7	Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры	УК-7.1 – Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-7.2 – Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	ОПК-4.1 – Использует современные методы, технологии и инструменты управления проектной и процессной деятельностью в компании; ОПК-4.2 – Применяет в процессной и проектной деятельности современные практики управления, лидерские и коммуникативные навыки; ОПК-4.3 – Выявляет и оценивает новые рыночные возможности развития инновационных направлений деятельности компании; ОПК-4.4 – Разрабатывает на основе использования современных методов позиционирования бизнеса стратегии развития компаний и соответствующие им бизнес–модели.

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	ОПК-6.1 - Владеет цифровыми технологиями для успешного решения профессиональных задач; ОПК-6.2 - Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ОПК-6.3 - Умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач.
ПК-1	Способен анализировать и проводить оценку деятельности гостиничного комплекса	ПК-1.1 - Способен проводить мониторинг внешней и внутренней среды гостиничного комплекса; ПК-1.2 - Способен применять методы стратегического и ситуационного анализа деятельности гостиничного комплекса; ПК-1.3 - Способен руководить работами по совершенствованию гостиничного продукта.
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать стратегии развития гостиничного комплекса	ПК-2.1 - Способен формировать конкурентоспособную стратегию развития гостиничного комплекса; ПК-2.2 - Способен реализовывать стратегию развития гостиничного комплекса, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих его устойчивое развитие; ПК-2.3 - Способен проводить оценку эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства» относится к обязательной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий		• Управление безопасностью в гостиничном бизнесе • Управление инновациями в индустрии гостеприимства • Проектно-технологическая практика • Практика по профилю профессиональной деятельности • Научно-исследовательская работа • Преддипломная практика • Выпускная квалификационная работа
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе		• Управление ресурсами департаментов гостинично-ресторанного комплекса • Управления персоналом в сфере гостеприимства • Управление безопасностью в гостиничном бизнесе • Стратегии устойчивого развитие в индустрии гостеприимства • Технологии бережливого производства в индустрии гостеприимства • Преддипломная практика • Выпускная квалификационная работа

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-7	Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации (в профессиональной области) в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры		• Agile и гибридные методы управления проектами в индустрии гостеприимства • Инвестиции и оценка инвестиций в гостиничный бизнес • Управление инновациями в индустрии гостеприимства • Организация ивент-мероприятий • Проектно-технологическая практика • Преддипломная практика • Выпускная квалификационная работа
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций		• Управление ресурсами департаментов гостинично-ресторанного комплекса • Моделирование и оптимизация бизнес-процессов сферы гостеприимства • Практика по профилю профессиональной деятельности • Преддипломная практика • Выпускная квалификационная работа
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность		• Agile и гибридные методы управления проектами в индустрии гостеприимства • Практика по профилю профессиональной деятельности • Преддипломная практика

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			• Выпускная квалификационная работа
ПК-1	Способен анализировать и проводить оценку деятельности гостиничного комплекса		• Управление ресурсами департаментов гостинично-ресторанного комплекса • Моделирование и оптимизация бизнес-процессов сферы гостеприимства • Agile и гибридные методы управления проектами в индустрии гостеприимства • Стратегия продаж и ценообразования в индустрии гостеприимства • Стратегии устойчивого развития в индустрии гостеприимства • Технологии бережливого производства в индустрии гостеприимства • Научно-исследовательская работа • Проектно-технологическая практика • Практика по профилю профессиональной деятельности • Преддипломная практика • Выпускная квалификационная работа
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать стратегии развития гостиничного комплекса		• Проектирование и эксплуатация предприятий индустрии гостеприимства • Управления персоналом в сфере гостеприимства

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			• Управление безопасностью в гостиничном бизнесе • Инвестиции и оценка инвестиций в гостиничный бизнес • Научно-исследовательская работа • Проектно-технологическая практика • Практика по профилю профессиональной деятельности • Преддипломная практика • Выпускная квалификационная работа

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
			1
Контактная работа, ак.ч.		32	32
в том числе:			
Лекции (ЛК)		16	16
Лабораторные работы (ЛР)		-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)		16	16
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.		103	103
Контроль (экзамен), ак.ч.		9	9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Подготовительный этап разработки маркетинговых коммуникаций.	1.1	Сущность маркетинга и маркетинговых коммуникаций.	ЛК, ПЗ
		1.2	Управление маркетингом.	ЛК, ПЗ
		1.3	Стратегическое планирование в маркетинговых коммуникациях.	ЛК, ПЗ
		1.4	Планирование целевого рынка для построения эффективных маркетинговых коммуникаций.	ЛК, ПЗ
		1.5	Управление продуктом в интегрированных маркетинговых коммуникациях.	ЛК, ПЗ
		1.6	Ценообразование в маркетинге.	ЛК, ПЗ
		1.7	Управление каналами распределения.	ЛК, ПЗ
		1.8	АБС анализ и его значение в маркетинговых коммуникациях.	ЛК, ПЗ
Раздел 2	Маркетинговые исследования и их роль в планировании маркетинговых коммуникаций.	2.1	Значение и классификация маркетинговой информации.	ЛК, ПЗ
		2.2	Качественные методы проведения маркетинговых исследований.	ЛК, ПЗ
		2.3	Количественные методы проведения маркетинговых исследований.	ЛК, ПЗ
		2.4	Маркетинговое исследование конкурентов и конкурентоспособности.	ЛК, ПЗ
		2.5	Маркетинговое исследование потребителей.	ЛК, ПЗ
Раздел 3	Маркетинговые коммуникации и цифровые технологии на рынке B2C и B2B.	3.1	Реклама.	ЛК, ПЗ
		3.2	Брендинг как инструмент маркетинговых коммуникаций.	ЛК, ПЗ
		3.3	PR-деятельность.	ЛК, ПЗ
		3.4	Событийный маркетинг.	ЛК, ПЗ
		3.5	Спонсорство и благотворительность.	ЛК, ПЗ
		3.6	Личные продажи.	ЛК, ПЗ
		3.7	Директ маркетинг.	ЛК, ПЗ
		3.8	Стимулирование сбыта.	ЛК, ПЗ
		3.9	Программы лояльности как инструмент маркетинговых коммуникаций.	ЛК, ПЗ
		3.10	Мерчандайзинг.	ЛК, ПЗ
		3.11	Интернет как средство коммуникации с потребителем.	ЛК, ПЗ
		3.12	Стратегические маркетинговые коммуникации на промышленном рынке и цифровые технологии.	ЛК, ПЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; ПЗ – практические занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511008>

2. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518901>

Дополнительная литература:

1. Ильин А.С. Реклама в коммуникационном процессе [Текст/электронный ресурс]: Курс лекций / А.С. Ильин. - Электронные текстовые данные. - М.: КноРус, 2017. - 141 с. - ISBN 978-5-390-00396-1: 333.52. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6289>

2. Ромат Е., Сандеров Д. Маркетинговые коммуникации. Учебник для ВУЗОВ – СПб: Питер, 2018 - 496 с. - ISBN: 978-5-4461-0497-0 - Текст: электронный// https://www.litres.ru/dmitriy-senderov/marketingovye-kommunikacii-28538751/#buy_pow_poreg

3. Фомичев, В. И. Выставочное дело: учебное пособие для академического бакалавриата [электронный ресурс]/ В. И. Фомичев. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 134 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN 978-5-534-08095-7 - www.biblio-online.ru/book/EF36764F-1994-470B-9E19-84347708D038

4. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Брендинг [Текст]: Учебник для бакалавриата и магистратуры / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - М.: Юрайт, 2019. - 504 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-2979-9: 929.00

5. Чернышева, А. М., Якубова Т. Н. Управление продуктовой политикой: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 187 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Модуль.). — ISBN 978-5-534-01142-5 - www.biblio-online.ru/book/D0F0DE57-D87B-4EE9-A58E-847F419136B3

6. Чернышева А.М., Якубова Т.Н. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2ч. Учебник и практикум - М.: ЮРАЙТ, 2019, гриф УМО ВО - ISBN 978-5-9916-8566-5, 978-5-9916-8567-2

7. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0717-5. - ISBN 978-5-7567-0819-6: 220.00. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

8. Шпаковский, В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: учебное пособие [электронный ресурс]/ В.О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И.В. Кирильчук. - 3-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 128 с.: табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02168-8 - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452651>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Цифровой маркетинг в индустрии гостеприимства».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИКИ:

Старший преподаватель	Р.Р. Ахмедова
Должность, БУП	Подпись
Должность, БУП	Подпись
Должность, БУП	Подпись

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой гостиничного и ресторанного бизнеса	К.С. Горяинов
Наименование БУП	Подпись

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент	А.А. Островская
Должность, БУП	Подпись