

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.05.2026 10:54:34
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078af1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт иностранных языков

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ/EVENT-МЕНЕДЖМЕНТЕ (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):

«Ивент менеджмент: организация конгрессных и культурно-массовых событий»

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Современные технологии проектирования клиентского опыта в организации мероприятий / event-менеджменте» входит в программу магистратуры «Ивент менеджмент: организация конгрессных и культурно-массовых событий» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса.

Дисциплину реализует Кафедра социальной педагогики Института иностранных языков РУДН. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение теоретических основ проектирования клиентского опыта в сервисе с учетом требований действующего законодательства Российской Федерации и развития цифровых технологий.

Целью освоения дисциплины является формирование у магистрантов систематизированных знаний и умений в области проектирования клиентского опыта и готовности использовать их в процессе профессиональной деятельности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Современные технологии проектирования клиентского опыта в организации мероприятий / event-менеджменте» 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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов, и ограничений; УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.
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. Применяет технологии управления проектами и процессной деятельностью, с учетом современных практик; ОПК-4.3. Разрабатывает и внедряет стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций в профессиональную сферу.

ПК-2	Способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере конгрессной деятельности	ПК-2.1. Проектирует объекты профессиональной деятельности с учетом современных технологий и сервисных новаций; ПК-2.2. Организует, координирует и контролирует деятельность по разработке бизнес-плана проекта конгрессного мероприятия ПК-2.3. Осуществляет планирование ресурсов мероприятия, контроль процесса реализации проекта, выявляет риски в реализации бизнес планов в сфере конгрессного мероприятия и разрабатывает механизмы их предотвращения.
ПК-7	Способен применять международный опыт при управлении ресурсами и качеством услуг организаций в сфере конгрессной деятельности	ПК-7.1. Вырабатывает управленческие решения на базе объективных результатов анализа международного опыта в сфере конгрессной деятельности

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Современные технологии проектирования клиентского опыта в организации мероприятий / event-менеджменте» относится к вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов профессиональной деятельности».

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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		Преддипломная практика;
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.		Преддипломная практика. Кросс-культурный менеджмент; Психологические и физиологические аспекты event-менеджмента Методы креативного мышления;

ПК-2	Способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере конгрессной деятельности		Преддипломная практика. Организация проектной деятельности Иновационный event-менеджмент и предпринимательство
ПК-7	Способен применять международный опыт при управлении ресурсами и качеством услуг организаций в сфере конгрессной деятельности		Management Of Service Quality In The Sphere OfService / Управление качеством услуг и обслуживания в сфере организации мероприятий

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Современные технологии проектирования клиентского опыта в организации мероприятий / event-менеджменте» составляет «3» зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			2
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	56		56
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

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	Клиентский опыт как инструмент маркетинга. Программа лояльности.	Тема 1.1. Понятие «клиент». Виды клиентов, рассматриваемые с позиции их лояльности.	ЛК, СЗ
		Тема 1.2 Клиентский опыт: понятие и сущность. Понятие «клиентский опыт».	ЛК, СЗ
		Тема 1.3 Лояльность в фокусе клиентского опыта.	ЛК, СЗ
		Тема 1.4 Система лояльности клиентов, ее факторы и элементы	ЛК, СЗ
		Тема 1.5 Управление клиентским опытом в программе повышения лояльности.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Проектирование клиентского опыта в программе лояльности	Тема 2.1. Основы проектирования программы лояльности.	ЛК, СЗ
		Тема 2.2 Основные технологии и программы поощрения, воздействующие на клиентский опыт.	ЛК, СЗ
		Тема 2.3. Технология Big Data (большие данные).	ЛК, СЗ
		Тема 2.4. CRM-система («Customer Relationship Management» «управление взаимоотношениями с клиентами»).	ЛК, СЗ
Раздел 3	Трансформация организаций на основе клиентоориентированного подхода.	Тема 3.1 Service Blueprint и Service Design как технологии трансформации организации, оказывающей услуги клиентам.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские 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.	Моноблок ASUS Zen Aio Pro Z340IC – 1 шт, Проектор BenQ MW535 – 1 шт, активная акустическая система – 1 комплект, ПО Операционная система Microsoft Windows Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022, Офисный пакет Microsoft Office 365 Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022
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.	Ноутбук 15.6/i5/8/256 – 1 шт, Проектор BenQ – 1 шт, активная акустическая система – 1 комплект, ПО Операционная система Microsoft Windows Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022, Офисный пакет Microsoft Office 365 Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Моноблок ASUS Zen Aio Pro Z340IC – 12 шт, Проектор BenQ MW535 – 1 шт, Ноутбук Aser 15,6 – 1 шт., активная акустическая система – 1 комплект, ПО Операционная система Microsoft Windows Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022, Офисный пакет Microsoft Office 365 Лицензия № 56278518 дата продления 30.04.2022

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559811>

2. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562360>

Дополнительная литература:

1. Акмаева, Р.И. Менеджмент: учебник / Р.И. Акмаева, Н.Ш. Епифанова, А.П. Лунёв. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2018. - 442 с.: табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9631-6; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491959>

2. Герасименко В. В., Цивлин А. П. Внедрение краудсорсинга в управление клиентским опытом на рынке цифровых услуг [Электронный ресурс] // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2017. № 4. С. 256-265. URL: <http://grebennikon.ru/article689w.html>

3. Дью, Р. Клиентский опыт: как вывести бизнес на новый уровень: практическое пособие: [16+] / Р. Дью, С. Аллен; ред. Л. Макарина ; пер. с англ. Е. Калугина. – Москва: Альпина Паблишер, 2020. – 272 с.: ил., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=619090>

4. Как улучшить клиентский опыт? [Текст] // MANAGEMENT. - 2016. - № 4. - С. 35 - 36. URL: <http://lib.rudn.ru/MegaPro2/Web/SearchResult/ToPage/1>

5. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер; ред. М. Сухановой; пер. Т.В. Виноградова, А.А. Чех, Л.Л. Царук. - 7-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. - ISBN 978-5-9614-5016-3; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742>

6. Кулибанова, В.В. Маркетинг в сервисе: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.В. Кулибанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 259 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8765-2. - <https://urait.ru/book/marketing-v-servise-434101>

7. Марусева, И.В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий): учебное пособие / И.В. Марусева, А.В. Кокарева; под общ. ред. И.В. Марусевой. - Изд. 2-е, перераб. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 591 с.: ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9885-3; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562282>

8. Новаторов Эдуард Владимирович. Развитие стратегии маркетинга отношений на основе анализа критических инцидентов [Электронный ресурс] // Клиентинг и управление клиентским портфелем. 2016. № 1. С. 46-55. URL: <http://grebennikon.ru/article-dl7c.html>

9. Пискунова Наталья Леонидовна. Создание клиентоориентированных страниц и сервисов корпоративного сайта [Электронный ресурс] // Клиентинг и управление клиентским портфелем. 2016. № 1. С. 56-64. URL: <http://grebennikon.ru/article-lger.html>

10. Прохорова Т.Б. Анализ клиентского опыта в отзывах покупателей интернет-магазинов России [Текст] / Т.Б. Прохорова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2017. - № 1. - С. 69 - 77. - URL: <http://lib.rudn.ru/MegaPro2/Web/SearchResult/ToPage/1>

11. Сагитдинов Рустам Фандусович. Путешествие с клиентом, или анализ поведения клиента методом Customer Journey Map [Электронный ресурс] // Клиентинг и управление клиентским портфелем. 2016. № 1. С. 2-14. URL: <http://grebennikon.ru/articlefoyl.html>

12. Синенко Т. В. Клиентский опыт на страже репутации: как получать положительные отзывы в интернете [Электронный ресурс] // Маркетинговые коммуникации. 2018. № 4. С.

298-304. URL: <http://grebennikon.ru/article-4v92.html>

13. Шоул Джон Автор книг и обучающих программ. Некоторые виды классификации клиентов [Электронный ресурс] // Клиентинг и управление клиентским портфелем. 2018. № 1. С. 20-29. URL: <http://grebennikon.ru/article-uqbu.html>

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 «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 «Современные технологии проектирования клиентского опыта в организации мероприятий / event-менеджменте».

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

РАЗРАБОТЧИКИ:

Преподаватель		Ревкова Екатерина Михайловна
_____	_____	_____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Директор ИИЯ		Соколова Наталия Леонидовна
_____	_____	_____
Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Директор ИИЯ		Соколова Наталия Леонидовна
_____	_____	_____
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.