

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры сервиса и  
туризма  
Протокол № 10 от 26.05.2023 г.

Первый проректор  
С.В. Авдашкевич  
28.06.2023

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Дисциплина:	Б1.В.ДВ.02.02 Интернет-продвижение услуг предприятий гостеприимства
Направление подготовки:	43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль):	Гостиничная деятельность
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Шиндина Ю. А.

Санкт-Петербург  
2023

## 1. Цели и задачи дисциплины:

### *Цель освоения дисциплины:*

формирование целостного представления о применении возможностей интернет-технологий в продвижении на рынок услуг предприятий гостеприимства; формирование знаний студентов о применении рекламных технологий при продвижении услуг предприятий гостеприимства.

### *Задачи дисциплины:*

овладение знаниями в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок услуг предприятий гостеприимства;

овладение навыками в области применения специальных и прикладных программных средства при продвижении услуг предприятий гостеприимства;

развитие навыков работы с информацией в глобальных компьютерных сетях;

применение полученных знаний для принятия оптимальных решений при проведении рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности при продвижении услуг предприятий гостеприимства.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-1 Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства	ПК-1.1 Знает основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных; теорию мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала; теорию межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии; основы организации производства продукции и обслуживания потребителей на предприятиях общественного питания; формы управления в организациях сферы гостеприимства; специализированные программы, используемые в гостиничных комплексах.	33.007 Профессиональный стандарт «Руководитель / управляющий комплекса / сети гостиниц» 33.008 Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания»
	ПК-1.2 Умеет осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, в том числе с учетом инновационных технологий и процессов; использовать наставничество, делегирование, коучинг и др. современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; осуществлять деловые и межличностные коммуникации, проводить совещания и собрания в трудовом коллективе.	
	ПК-1.3 Владеет методами планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; способами координации и контроля деятельности департаментов (служб, отделов); методами организации контроля за функционированием системы внутреннего распорядка; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; методами проектирования деятельности гостиничных предприятий с учетом современных тенденций.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-3 Способен применять коммуникационные технологии для реализации и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-3.1 Знает основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм, бизнес-коммуникаций. ПК-3.2 Умеет соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников. ПК-3.3 Владеет навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний в трудовом коллективе; навыками проведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнерам и другим заинтересованным сторонам; навыками проведения встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия общественного питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам.	33.007 Профессиональный стандарт «Руководитель / управляющий комплекса / сети гостиниц» 33.008 Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания»
ПК-4 Способен обеспечивать сервисную деятельность в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями	ПК-4.1 Знает методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур; особенности предоставления услуг гостеприимства для различных сегментов потребителей; специализированные программы, используемые в письменных коммуникациях, в том числе возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий общественного питания; основы организации деятельности предприятий питания, обслуживающих иностранных туристов; специализированные компьютерные программы, используемые на предприятиях питания для расчета продовольственного сырья, полуфабрикатов и готовых блюд. ПК-4.2 Умеет разрешать проблемные ситуации потребителей, партнеров, заинтересованных сторон. ПК-4.3 Владеет иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов гостиничного комплекса на уровне, обеспечивающем эффективные профессиональные коммуникации; навыками организации устных и письменных коммуникаций с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами; технологиями продвижения и продаж гостиничного продукта.	33.007 Профессиональный стандарт «Руководитель / управляющий гостиничного комплекса / сети гостиниц» 33.008 Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания»

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<p>ПК-1.1. Знает основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных; теорию мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала; теорию межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии; основы организации производства продукции и обслуживания потребителей на предприятиях общественного питания; формы управления в организациях сферы гостеприимства; специализированные программы, используемые в гостиничных комплексах.</p>	<p>Сформированы систематические представления о: целях и задачах деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организует их выполнение; основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; о способах практического использования мотивационных теорий и теорий лидерства в практике управления; основах организации производства продукции и обслуживания потребителей в ресторанном и гостиничном бизнесе с использованием специализированных программ;</p>
<p>ПК-1.2. Умеет осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, в том числе с учетом инновационных технологий и процессов; использовать наставничество, делегирование, коучинг и др. современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; осуществлять деловые и межличностные коммуникации, проводить совещания и собрания в трудовом коллективе.</p>	<p>Сформировано умение: организации оценки и планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; определять целесообразность использования тех или иных форм, методов и средств делегирования полномочий с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; .</p>
<p>ПК-1.3. Владеет методами планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; способами координации и контроля деятельности департаментов (служб, отделов); методами организации контроля за функционированием системы внутреннего распорядка; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; методами проектирования деятельности гостиничных предприятий с учетом современных тенденций.</p>	<p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: в обеспечении планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания; осуществления формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; распределения полномочий и ответственности в организационной структуре управления; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; приемами проектирования организационных структур.</p>
<p>ПК-3.1. Знает основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм, бизнес-коммуникаций.</p>	<p>Сформированы систематические представления об: основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; основных теориях и концепциях взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; основных современных коммуникативных средствах, в том числе на иностранном(-ых) языке(-ах); о стилях делового общения, вербальных и невербальных средствах взаимодействия с партнерами. о принципах деловой коммуникации в устной и письменной формах; теории общения, способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; этику делового общения; правила речевого этикета;</p>

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3.2. Умеет соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников.	Сформировано умение: выступать перед коллективом, излагать свои мысли, отстаивать свои убеждения; создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи; ориентироваться в иерархии, распределения власти на организационном уровне; вести обсуждения спорных вопросов, не задевая партнера; обеспечивать эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем с учетом социально-культурных и психологических особенностей, осуществлять взаимодействие в коллективе; использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач;
ПК-3.3. Владеет навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний в трудовом коллективе; навыками проведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнерам и другим заинтересованным сторонам; навыками проведения встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия общественного питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам.	Демонстрирует владения на высоком уровне способности: использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; к деловым коммуникациям; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.
ПК-4.1. Знает методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур; особенности предоставления услуг гостеприимства для различных сегментов потребителей; специализированные программы, используемые в письменных коммуникациях, в том числе возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий общественного питания; основы организации деятельности предприятий питания, обслуживающих иностранных туристов; специализированные компьютерные программы, используемые на предприятиях питания для расчета продовольственного сырья, полуфабрикатов и готовых блюд.	Сформированы систематические представления о: закономерностях, основных событиях и особенностях истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; истории становления и развития государственности; культурных особенностях и традициях различных социальных групп; способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; о способах и методах взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами разных культур и народностей; особенностях формирования клиентурных отношений; особенностях обслуживания различных сегментов потребителей гостиничных услуг; о специализированных компьютерных программах, используемых на предприятиях сервиса;

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4.2. Умеет разрешать проблемные ситуации потребителей, партнеров, заинтересованных сторон.	Сформировано умение: выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; давать оценку культурно-историческим ценностям России; выявлять потребности потребителя; работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности; обеспечивать осуществлять эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем и другими заинтересованными сторонами с учетом социально-культурных и психологических особенностей, организации функциональных процессов в гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей;
ПК-4.3. Владеет иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов гостиничного комплекса на уровне, обеспечивающем эффективные профессиональные коммуникации; навыками организации устных и письменных коммуникаций с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами; технологиями продвижения и продаж гостиничного продукта.	Демонстрирует владения на высоком уровне способности: анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно; использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; деловой коммуникацией на втором иностранном языке.

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-3.1 ПК-4.1	ПК-1.2 ПК-3.2 ПК-4.2	ПК-1.3 ПК-3.3 ПК-4.3
1	Обзор инструментов интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
2	Разработка стратегии интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
3	E-mail продвижение услуг предприятий гостеприимства	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Интернет-продвижение услуг предприятий гостеприимства  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-3.1 ПК-4.1	ПК-1.2 ПК-3.2 ПК-4.2	ПК-1.3 ПК-3.3 ПК-4.3
4	Создание и оптимизация сайта для продвижения услуг предприятий гостеприимства	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
5	Продвижение услуг предприятий гостеприимства в социальных сетях и новых медиа	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
6	Управление проектами в интернет-продвижении услуг предприятий гостеприимства	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №3 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
7	Интернет-реклама услуг предприятий гостеприимства	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №3 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №3 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
8	Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний услуг предприятий гостеприимства	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №3 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №3 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<p><b>Тема 1:</b> Обзор инструментов интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства                      Сущность и история развития интернет. Особенности продвижения в интернет. Интернет как новая информационная среда. Функциональное назначение и ресурсы Интернет. Электронный бизнес и электронная коммерция. Виртуальное маркетинговое пространство и технологии Интернет в маркетинге. Сайт организации как инструмент продвижения.  <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>                      Обзор инструментов интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства  <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 2:</b> Разработка стратегии интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства                      Этапы построения системы продвижения на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площа-док. Особенности работы партнерских программ. Методика повышения качества лидов.  <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>                      Разработка стратегии интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства  <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 3:</b> E-mail продвижение услуг предприятий гостеприимства                      Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail продвижения. Стратегия сегментации. Экономическая эффективность массовых рассылок. Получатели спам рассылок и их списки Способы получения спам листа.  <b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>                      E-mail продвижение услуг предприятий гостеприимства.  <b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 4:</b> Создание и оптимизация сайта для про-движения услуг предприятий гостеприимства</p>

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Интернет-продвижение услуг предприятий гостеприимства  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<p>Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO friendly сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Создание и оптимизация сайта для продвижения услуг предприятий гостеприимства</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 5:</b> Продвижение услуг предприятий гостеприимства в социальных сетях и новых медиа            Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Продвижение услуг предприятий гостеприимства в социальных сетях и новых медиа</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 6:</b> Управление проектами в интернет-продвижении услуг предприятий гостеприимства            Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Управление проектами в интернет-продвижении услуг предприятий гостеприимства</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 7:</b> Интернет-реклама услуг предприятий гостеприимства            Виды рекламных кампаний. Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая. Западная модель типов рекламных кампаний. Принцип работы контекстной рекламы. Виды таргетингов. Этапы запуска контекстной рекламы. Ре-таргетинг. Медийная реклама: виды площадок. Медиабаинг. Таргетированная реклама. Поведенческие технологии</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Интернет-реклама услуг предприятий гостеприимства</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Тема 8:</b> Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний услуг предприятий гостеприимства            Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний. Карта кликов от Яндекс.Метрики</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний услуг предприятий гостеприимства</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>
<p><b>Курсовая работа:</b>            не предусмотрено учебным планом</p>

### Очная форма обучения

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Всего часов</b>	<b>Семестр 8</b>
Аудиторные занятия (АЗ):	72	72
Лекционные занятия (Лек)	36	36
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	36	36
Самостоятельная работа студента (СР)	99	99
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	99	99
Контроль самостоятельной работы (КСР)	9	9
Контактная работа (КоР)	81	81
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	216/6	216/6

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)



43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Интернет-продвижение услуг предприятий гостеприимства  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Обзор инструментов интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства	8	4	4	0	12	4
2	Разработка стратегии интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства	8	6	6	0	12	6
3	E-mail продвижение услуг предприятий гостеприимства	8	6	6	0	12	6
4	Создание и оптимизация сайта для продвижения услуг предприятий гостеприимства	8	4	4	0	12	4
5	Продвижение услуг предприятий гостеприимства в социальных сетях и новых медиа	8	4	4	0	12	4
6	Управление проектами в интернет-продвижении услуг предприятий гостеприимства	8	4	4	0	13	4
7	Интернет-реклама услуг предприятий гостеприимства	8	4	4	0	13	4
8	Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний услуг предприятий гостеприимства	8	4	4	0	13	4
Итого:			36	36	0	99	36

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	12	12
Лекционные занятия (Лек)	6	6
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	186	186
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	186	186
Контроль самостоятельной работы (КСР)	9	9
Контактная работа (КоР)	21	21
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	216/6	216/6

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Обзор инструментов интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства	9	2	0	0	23	4
2	Разработка стратегии интернет-продвижения услуг предприятий гостеприимства	9	0	2	0	23	6
3	E-mail продвижение услуг предприятий гостеприимства	9	0	0	0	23	6
4	Создание и оптимизация сайта для продвижения услуг предприятий гостеприимства	9	2	0	0	23	4
5	Продвижение услуг предприятий гостеприимства в социальных сетях и новых медиа	9	0	0	0	23	4
6	Управление проектами в интернет-продвижении услуг предприятий гостеприимства	9	0	2	0	23	4
7	Интернет-реклама услуг предприятий гостеприимства	9	2	0	0	24	4

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
8	Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний услуг предприятий гостеприимства	9	0	2	0	24	4
Итого:			6	6	0	186	36

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

#### 5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

*Основная литература:*

1. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Под общ. ред. Жильцовой О.Н. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2022 г. - 335 с. - ISBN 978-5-534-15098-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/internet-marketing-489043>

2. ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. Учебное пособие для вузов / Хуссейн И. Д., 2022 г. - 68 с. - ISBN 978-5-534-15010-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/cifrovye-marketingovye-kommunikacii-497224>

3. МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Скобкин С. С. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва), 2022 г. - 197 с. - ISBN 978-5-534-07356-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-i-prodazhi-v-gostinichnom-biznese-492677>

*Дополнительная литература:*

1. МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ. Учебник для вузов / Баумгартен Л. В. - Московский государственный лингвистический университет (г. Москва), 2022 г. - 338 с. - ISBN 978-5-534-00581-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-gostinichnogo-predpriyatiya-489286>

2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Карповой С. В. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2022 г. - 367 с. - ISBN 978-5-534-02476-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnye-tehnologii-v-marketinge-489042>

3. ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2. SMM, РЫНОК М&А 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва); Российский университет дружбы народов (г. Москва), 2022 г. - 507 с. - ISBN 978-5-534-14314-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirrovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-490449>

#### 6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный
4. eLibrary.ru : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [arhiv.neicon.ru](http://arhiv.neicon.ru). - Текст: электронный
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. it-world.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.it-world.ru>. - Текст: электронный
9. Hotel.report [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://hotel.report>. - Текст: электронный
10. Реклама в России [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.rwt.ru>. - Текст: электронный
11. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный
12. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный
13. Министерство культуры Российской Федерации (Минкультуры России): профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://culture.gov.ru>. - Текст: электронный

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения -

мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

4. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета [imeos.ru](http://imeos.ru) и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

## 9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

### Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Интернет-продвижение услуг предприятий гостеприимства  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

## 9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

### Доклады, сообщение / Реферат №1

Темы докладов:

1. Сервисы и ресурсы Интернет
2. Сущность и инструменты Интернет-продвижения.
3. Требования к интернет-маркетологу
4. Развитие Интернет-продвижения в России. Портрет интернет-аудитории
5. Специфика функций продвижения в Интернет

### Доклады, сообщение / Реферат №2

Темы докладов:

1. Технология осуществления рассылки.
2. Результат автоматизированных серий писем.
3. Тренды современного E-mail продвижения.
4. Стратегия сегментации.
5. Экономическая эффективность массовых рассылок.

### Доклады, сообщение / Реферат №3

Темы докладов:

1. Этапы разработки проектов в интернете.
2. Виды систем управления сайтом.
3. Usability тестирование.
4. Разработка прототипов корпоративного сайта.
5. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.

### Собеседование, опрос / Контрольная работа №1

Вопросы для обсуждения:

1. Этапы построения системы продвижения на основе сайта организации.
2. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта.
3. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге.
4. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов.
5. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок.

### **Собеседование, опрос / Контрольная работа №2**

Задания для контрольной работы:

#### *Вариант 1*

Выполнить задания:

1. Разработать стратегию лидогенерации.
2. Определить критерии квалификации лида.
3. Сформировать воронку продаж.
4. Выбрать методы лидогенерации.

#### *Вариант 2*

Выполнить задания:

1. Зарегистрироваться в системе Wix.com.
2. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги.
3. Организовать рассылку.

### **Собеседование, опрос / Контрольная работа №3**

#### *Вариант 3*

Выполнить задания:

1. Создание одностраничного сайта на Wix.ru:
  - зарегистрироваться на сайте Wix.ru;
  - выбрать шаблон лендинга;
  - создать контент;
  - опубликовать сайт.

#### *Вариант 4*

Выполнить задания:

1. Разработать проект баннера.
2. Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы.

#### *Вариант 5*

Выполнить задания:

1. Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте <https://support.google.com>
2. Сформировать: отчеты по аудитории, по источникам трафика, отчет "Карта целей", отчеты по электронной коммерции.

### **Деловая и (или) ролевая игра / Кейс-задача №1**

Деловая игра «Разработка корпоративного сайта».

Цель деловой игры: разработать прототип корпоративного сайта для продвижения услуг предприятия гостеприимства.

Разделиться на группы по 7 человек. Каждая группа выбирает предприятие в сфере гостеприимства. Группа должна разработать прототип корпоративного сайта для продвижения услуг предприятия гостеприимства. Каждый участник группы должен подготовить материал по своему вопросу. Раскрыть следующие вопросы:

1. Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент;

2. Как устроена витрина магазина.
3. Тематическая организация каталогов товара.
4. Система навигации по сайту.
5. Отбор товаров в пользовательскую корзину.
6. Оформление заказа.
7. Оплата заказа.

### **Деловая и (или) ролевая игра / Кейс-задача №2**

Деловая игра «Продвижение услуг предприятий гостеприимства в социальных сетях».

Цель деловой игры: разработать контент для продвижения услуг предприятий гостеприимства в социальной сети "ВКонтакте".

Разделиться на группы по 2-3 человека. Каждая группа выбирает предприятие в сфере гостеприимства. Выполнить задания:

1. Создать группу в "ВКонтакте"
2. Сформировать контент.
3. Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков.
4. Оценить эффективность продвижения группы в соцсети.

### **9.2. Примерный перечень тем курсовой работы**

Не предусмотрено учебным планом

### **9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен**

#### **Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)**

1. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
2. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок.
3. Тенденции современного E-mail маркетинга.
4. Модели поведения посетителей сайтов.
5. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
6. Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
7. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
8. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
9. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
10. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
11. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса. Причины перехода в киберпространство.
12. Создание и регистрация сайта.
13. Разработка SEO-friendly сайта.
14. Виды интернет-рекламы.

15. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
16. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
17. Оценка эффективности рекламной кампании.
18. SMM. Методы и стратегии.
19. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
20. PR в интернет.
21. Модели электронного бизнеса и их характеристика.
22. Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров.
23. Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином.
24. Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление
25. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
26. Внутренняя оптимизация сайта.
27. Службы Интернет и их характеристика
28. Спам.
29. Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.
30. Развитие сферы услуг в Интернет.

#### **Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 2)**

1. В чем состоит специфика рекламы в индустрии гостеприимства.
2. Охарактеризуйте роль рекламы в продвижении гостиничных услуг.
3. Определите Значение рекламы в деятельности санаторно-курортных учреждений.
4. В чем состоят особенности рекламы гостиничного предприятия.
5. Содержание веб-сайт как средства продвижения гостиничных услуг.
6. Назовите перспективы развития мобильной рекламы.
7. Назовите пути совершенствования рекламной деятельности гостиничного предприятия.
8. Дайте характеристику современным видам рекламы в гостиничном бизнесе.
9. Какова роль туристических выставок в индустрии гостеприимства.
10. Определите в чем заключается специфика продвижения новых гостиничных услуг.
11. Какова роль полиграфической рекламы в продвижении гостиничных услуг на рынке.
12. Какова роль наружной рекламы в продвижении гостиничного предприятия.
13. Разработка рекламной кампании для гостиницы
14. Дайте характеристику современным видам наружной рекламы в гостиничном бизнесе.
15. Каковы особенности планирования рекламной деятельности гостиничных предприятий.
16. В чем заключается специфика выбора рекламных средств для продвижения гостиничных услуг.
17. В чем заключается специфика печатной рекламы предприятий индустрии гостеприимства.
18. Разработка рекомендаций по совершенствованию рекламной деятельности гостиничного предприятия.
19. Дайте характеристику современному состоянию и перспективам развития рекламного рынка.
20. Каково значение наружной рекламы в индустрии гостеприимства.
21. В чем заключается специфика формирования потребительского спроса на гостиничные услуги средствами рекламы.

#### **Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 3)**

1. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с



точки зрения возможностей рекламирования и продвижения средства размещения.

2. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с точки зрения поисковой оптимизации.
3. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с точки зрения возможностей использования контекстной рекламы.
4. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с точки зрения возможностей использования медийной рекламы.
5. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с точки зрения возможностей использования социальных медиа.
6. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с точки зрения возможностей использования комплексного интернет-маркетинга.
7. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с точки зрения возможностей использования вирусного маркетинга.
8. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с точки зрения возможностей использования Интернет-PR.
9. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с точки зрения возможностей использования Direct marketing.
10. Проанализировать сайт гостиничного предприятия и выявить преимущества и недостатки с точки зрения возможностей и ограничений интернет-маркетинга.

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Интернет-продвижение услуг предприятий гостеприимства

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Сформированы систематические представления о: целях и задачах деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организует их выполнение; основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; о способах практического использования мотивационных теорий и теорий лидерства в практике управления; основах организации производства продукции и обслуживания потребителей в ресторанном и гостиничном бизнесе с использованием специализированных программ; Сформированы систематические представления об: основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; основных теориях и концепциях взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; основных современных коммуникативных средствах, в том числе на иностранном(-ых) языке(-ах); о стилях делового общения, вербальных и невербальных средствах взаимодействия с партнерами. о принципах деловой коммуникации в устной и письменной формах; теории общения, способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; этику делового общения; правила речевого этикета; Сформированы систематические представления о: закономерностях, основных событиях и особенностях истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; истории становления и развития государственности; культурных особенностях и традициях различных социальных групп; способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; о способах и методах взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами разных культур и народностей; особенностях формирования клиентурных отношений; особенностях обслуживания различных сегментов потребителей гостиничных услуг; о специализированных компьютерных программах, используемых на предприятиях сервиса;	30

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"  
 Рабочая программа дисциплины  
 Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Интернет-продвижение услуг предприятий гостеприимства  
 Форма обучения: очная, заочная  
 Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года  
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
<p>Вопрос №2            Практическое задание            (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)</p>	<p>ПК-1            ПК-3            ПК-4</p>	<p>Сформировано умение: организации оценки и планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; определять целесообразность использования тех или иных форм, методов и средств делегирования полномочий с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; .            Демонстрирует владения на высоком уровне способности: в обеспечении планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания; осуществления формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; распределения полномочий и ответственности в организационной структуре управления; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; приемами проектирования организационных структур.            Сформировано умение: выступать перед коллективом, излагать свои мысли, отстаивать свои убеждения; создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи; ориентироваться в иерархии, распределении власти на организационном уровне; вести обсуждения спорных вопросов, не задевая партнера; обеспечивать эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем с учетом социально-культурных и психологических особенностей, осуществлять взаимодействие в коллективе; использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач;            Демонстрирует владения на высоком уровне способности: использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; к деловым коммуникациям; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.            Сформировано умение: выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; давать оценку культурно-историческим ценностям России; выявлять потребности потребителя; работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности; обеспечивать осуществлять эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем и другими заинтересованными сторонами с учетом социально-культурных и психологических особенностей, организации функциональных процессов в</p>	<p>30</p>

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Интернет-продвижение услуг предприятий гостеприимства

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
		гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей; Демонстрирует владения на высоком уровне способности: анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно; использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; деловой коммуникацией на втором иностранном языке.	

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
<p>Вопрос №3                      Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)</p>	<p>ПК-1                      ПК-3                      ПК-4</p>	<p>Сформировано умение: организации оценки и планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; определять целесообразность использования тех или иных форм, методов и средств делегирования полномочий с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия; .</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: в обеспечении планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания; осуществления формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; распределения полномочий и ответственности в организационной структуре управления; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; приемами проектирования организационных структур.</p> <p>Сформировано умение: выступать перед коллективом, излагать свои мысли, отстаивать свои убеждения; создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи; ориентироваться в иерархии, распределении власти на организационном уровне; вести обсуждения спорных вопросов, не задевая партнера; обеспечивать эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем с учетом социально-культурных и психологических особенностей, осуществлять взаимодействие в коллективе; использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач;</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; к деловым коммуникациям; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.</p> <p>Сформировано умение: выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; давать оценку культурно-историческим ценностям России; выявлять потребности потребителя; работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности; обеспечивать осуществлять эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем и другими заинтересованными сторонами с учетом социально-культурных и психологических особенностей, организации функциональных процессов в</p>	<p>40</p>

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Интернет-продвижение услуг предприятий гостеприимства

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2019/2020, 2020/2021 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
		гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей; Демонстрирует владения на высоком уровне способности: анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно; использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; деловой коммуникацией на втором иностранном языке.	