



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра сервиса и сервисных технологий

УТВЕРЖДАЮ

декан факультета бизнес-коммуникаций и
информатики

М.Г. Синчурина

«19» марта 2025 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)

Б1.О.25 Маркетинг отношений

(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки:

43.03.01 Сервис

(код, наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки:

**Организационно-управленческая
деятельность в сфере персональных
услуг и гостинично-ресторанного сервиса**

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочная

(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий), очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий *))*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой сервиса и сервисных технологий:

Протокол № 7 от «19» марта 2025 г.

Протокол № 8 от «12» марта 2025 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

Н.А. Антонова

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
4.3 Содержание учебного материала	6
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	7
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	8
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	11
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	12
а) основная литература	12
б) дополнительная литература	12
в) периодическая литература	12
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	13
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	13
6.2. Программное обеспечение	15
6.3. Технические и электронные средства	15
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	15
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	17
8.1. Оценочные средства текущего контроля	17
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	19

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: Сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний и практических навыков в рамках компетентностно-ориентированного ОПОП по направлению 43.03.01 Сервис, последовательной и целенаправленной системы отношений клиентоориентированной организации на основе постижения теоретических и методологических основ развивающегося направления маркетинга – маркетинга отношений.

Задачи:

— Получить представление о сущности системы отношений организации с субъектами рыночного взаимодействия;

— Освоить базовые принципы построения и управления различными отношениями между компанией и ее целевой аудиторией;

— Овладеть методами, приемами, инструментарием маркетинга отношений.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Маркетинг отношений» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере сервиса и отработки практических навыков в области организационно-управленческой деятельности в сфере персональных услуг.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

— Организация культурно-досуговой деятельности;

— Сервисная деятельность;

— Организация деятельности предприятий сервиса;

— Менеджмент;

— Экономика предприятий и организаций;

— Реклама и связи с общественностью в отрасли;

— Маркетинг;

— Организация гостинично-ресторанного сервиса.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

— Менеджмент спортивно-оздоровительных услуг;

— Корпоративная культура;

— Управление качеством в сфере услуг;

— Курсовая работа по профилю;

— Современные технологии в сервисе;

— Организационно-управленческая.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов	ОПК-4.1	Осуществляет маркетинговые исследования рынка услуг, потребителей, конкурентов
	ОПК-4.2	Формирует каналы сбыта продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа, в том числе 9 часов на контроль, из них 9 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 127 часов самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации		
1	Отношения как основа современного маркетинга	6	1	0	0	15	
2	Экономика взаимоотношений	6	1	1	0	15	
3	Маркетинговые коммуникации для установления и удержания отношений с клиентами	6	0	0	0	20	
4	Создание потребительской ценности продукта	6	0	1	0	20	

5	Впечатление как уникальное экономическое предложение	6	0	1	0	15	
6	Удовлетворенность клиента	6	0	1	0	15	
7	Лояльность клиентов и программы лояльности	6	2	0	0	27	
Итого за 6 семестр			4	4	0	127	Экз (9)
Итого часов			4	4	0	127	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно- методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- нием ДОТ)		
6	Отношения как основа современного маркетинга	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: подготовка реферата	В течени е сессии	15 (15)	Тест, Реф	Методические указания в электронной образовательной среде факультета («Forlabs», bki.forlabs.ru)
6	Экономика взаимоотношений	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: подготовка реферата	В течени е сессии	15 (15)	Тест, Реф	Методические указания в электронной образовательной среде факультета («Forlabs», bki.forlabs.ru)

6	Маркетинговые коммуникации для установления и удержания отношений с клиентами	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы, подготовка реферата	В течение сессии	20 (20)	Тест, Реф, Пз	Методические указания в электронной образовательной среде факультета («Forlabs», bki.forlabs.ru)
6	Создание потребительской ценности продукта	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы, подготовка реферата	В течение сессии	20 (20)	Тест, Реф, Пз	Методические указания в электронной образовательной среде факультета («Forlabs», bki.forlabs.ru)
6	Впечатление как уникальное экономическое предложение	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: составление таблиц для систематизации учебного материала, подготовка доклада	В течение сессии	15 (15)	Тест, Д, Пз	Методические указания в электронной образовательной среде факультета («Forlabs», bki.forlabs.ru)
6	Удовлетворенность клиента	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: подготовка реферата	В течение сессии	15 (15)	Тест, Реф	Методические указания в электронной образовательной среде факультета («Forlabs», bki.forlabs.ru)
6	Лояльность клиентов и программы лояльности	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада, подготовка реферата	В течение сессии	27 (27)	Тест, Д, Реф	Методические указания в электронной образовательной среде факультета («Forlabs», bki.forlabs.ru)
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				127		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				127		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				127		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	4
Наименование основных разделов (модулей)	Отношения как основа современного маркетинга Экономика взаимоотношений Маркетинговые коммуникации для установления и удержания отношений с клиентами Создание потребительской ценности продукта Впечатление как уникальное экономическое предложение Удовлетворенность клиента Лояльность клиентов и программы лояльности
Формы текущего контроля	Тест, реферат, решение задач, практическое задание, доклад/презентация
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	Экономика взаимоотношений	1 (0)	Тест, РЗ	ОПК-4.2, ОПК-4.1
2	4	Составление схемы (таблицы)	1 (0)	Тест, Пз	ОПК-4.2, ОПК-4.1
3	5	Решение кейса	1 (0)	Тест, Пз	ОПК-4.2
4	6	Решение кейса	1 (0)	Тест, Пз	ОПК-4.2, ОПК-4.1

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Отношения как основа современного маркетинга	Отношения как основа современного маркетинга	ОПК-4	ОПК-4.1 ОПК-4.2
2	Экономика взаимоотношений	Экономика взаимоотношений	ОПК-4	ОПК-4.2
3	Маркетинговые коммуникации для установления и удержания отношений с клиентами	Маркетинговые коммуникации для установления и удержания отношений с клиентами. Примеры маркетинговых коммуникаций	ОПК-4	ОПК-4.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
4	Создание потребительской ценности продукта	Создание потребительской ценности продукта. Решение кейса	ОПК-4	ОПК-4.2 ОПК-4.1
5	Впечатление как уникальное экономическое предложение	Впечатление как уникальное экономическое предложение. Таблица: взаимосвязь характеристик товара/услуги и впечатления	ОПК-4	ОПК-4.1 ОПК-4.2
6	Удовлетворенность клиента	Удовлетворенность клиента	ОПК-4	ОПК-4.1 ОПК-4.2
7	Лояльность клиентов и программы лояльности	Программы лояльности. CRM-системы	ОПК-4	ОПК-4.1 ОПК-4.2

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной

дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по

одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);

- б) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

Разработка мультимедийной презентации Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Антонова, Н. А. Инструменты маркетинга отношений для организаций сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие / Н. А. Антонова ; Иркут. гос. ун-т. - Иркутск : [б. и.], 2021. - 251 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр. в подстроч. примеч. - 250.00 р.

2. Тультаев, Тимур Алексеевич. Маркетинг услуг [Текст] : учеб. для студ. вузов, обуч. по направл. "Маркетинг услуг" / Т. А. Тультаев. - М. : Инфра-М, 2020. - 207 с. : ил., табл. ; 22 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 186-188. - ISBN 978-5-16-005021-8 : 800.00 р.

3. Инновационный маркетинг [Текст] : учеб. для бакалавриата и магистратуры / ред. С. В. Карпова. - М. : Юрайт, 2019. - 457 с. : ил., табл. ; 24 см. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Библиогр.: с. 376-377. - ISBN 978-5-534-00354-3 : 1143.72 р.

4. Сервис: организация, управление, маркетинг [Текст] : учеб. для использ. в образоват. процессе образоват. орг., реализующ. программы высш. образования по направл. подгот. "Сервис", "Туризм", "Гостинич. дело", "Менеджмент" (уровень бакалавриата) / Е. Н. Волк [и др.]. - М. : Дашков и К', 2019. - 248 с. : ил., цв. ил., табл. ; 22 см. - (Учебные издания для бакалавров). - Авт. указаны на обороте тит. л. - Библиогр.: с. 247-248. - ISBN 978-5-394-03140-3 : 435.60 р.

5. Калюжнова, Надежда Яковлевна. Современные модели маркетинга [Текст] : учеб. пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2020. - 170 с. ; 22 см. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-08407-8 : 398.52 р.

б) дополнительная литература

1. Дубровин, И. А. Поведение потребителей [Текст] : учеб. пособие / И. А. Дубровин. - 4-е изд. - М. : Дашков и К', 2017. - 310 с. ; 21 см. - ISBN 978-5-394-01475-8 : 355.00 р.

2. Франкель, Наталия. EVENT-маркетинг. Все об организации и продвижении событий [Текст] : науч. изд. / Н. Франкель, Д. Румянцев. - СПб. : Питер, 2020. - 316 с. : ил. ; 24 см. - (Деловой бестселлер). - ISBN 978-5-4461-1052-0 : 658.80 р.

3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. 15-е изд. [Электронный ресурс] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - Электрон. текстовые дан. - Санкт-Петербург : Питер, 2018. - 848 с. : ил. - ЭБС "Айбукс". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-4461-0422-2 : Б. ц.

4. Музыкант, Валерий Леонидович. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / В. Л. Музыкант. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 342 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-01771-7 : 3000.00 р. - ISBN 978-5-534-01772-4 : 3000.00 р.

5. Музыкант, Валерий Леонидович. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / В. Л. Музыкант. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 384 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-01772-4 : 3000.00 р. - ISBN 978-5-534-01796-0 : 3000.00 р.

в) периодическая литература

Нет.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>
2. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>
4. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

- Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный
- Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный
- Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
- ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>
- ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>
- ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № 6К-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>
- ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>
- Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>
- УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>
- Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук (Aser Aspire v3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем». Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMD Athlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b (24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177 BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPlusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	Условия правообладателя
2	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2019	Условия правообладателя
3	Microsoft Office: 0365ProPlusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty	15000	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Условия правообладателя
4	Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise	1	Номер Лицензии Microsoft 49413875	Условия правообладателя	Условия правообладателя
5	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	Условия правообладателя
6	Microsoft® WinSL 8.1 Russian Academic OLP 1License NoLevel Legalization GetGenuine	130	Microsoft Invoice Number: 9564547610 ООО 'ИЦ 'Сиброн'	22.12.2014	Условия правообладателя
7	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html	Условия правообладателя	Условия правообладателя

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные

технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарско-зачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1	Создание потребительской ценности продукта	Самостоятельная работа обучающихся	Решение кейса	6

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
2	Впечатление как уникальное экономическое предложение	Семинарское (практическое)	Решение кейса	2
3	Впечатление как уникальное экономическое предложение	Самостоятельная работа обучающихся	Доклад с мультимедийной презентацией	10
4	Лояльность клиентов и программы лояльности	Самостоятельная работа обучающихся	Доклад с мультимедийной презентацией	15

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Тест	Отношения как основа современного маркетинга. Экономика взаимоотношений. Маркетинговые коммуникации для установления и удержания отношений с клиентами. Создание потребительской ценности продукта. Впечатление как уникальное экономическое предложение. Удовлетворенность клиента. Лояльность клиентов и программы лояльности.	ОПК-4.2, ОПК-4.1
2	Реферат	Отношения как основа современного маркетинга. Экономика взаимоотношений. Маркетинговые коммуникации для установления и удержания отношений с клиентами. Создание потребительской ценности продукта. Удовлетворенность клиента. Лояльность клиентов и программы лояльности.	ОПК-4.1, ОПК-4.2

3	Решение задач	Экономика взаимоотношений.	ОПК-4.1
4	Практическое задание	Маркетинговые коммуникации для установления и удержания отношений с клиентами. Создание потребительской ценности продукта. Впечатление как уникальное экономическое предложение. Удовлетворенность клиента.	ОПК-4.2, ОПК-4.1
5	Доклад/презентация	Впечатление как уникальное экономическое предложение. Лояльность клиентов и программы лояльности.	ОПК-4.1, ОПК-4.2

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Демонстрационный вариант теста

1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Более распространенное понимание соотношения маркетинга отношений (МО) и традиционного маркетинга (ТМ) в современных компаниях:

- a. МО важнее ТМ
- b. МО дополняет ТМ
- c. ТМ важнее МО
- d. МО и ТМ одинаково важны

2. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Для маркетинга отношений наиболее важны:

- a. Все клиенты
- b. Разовые клиенты
- c. Постоянные клиенты
- d. Ценные клиенты

3. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Верно ли утверждение? Одним из основных принципов связей с общественностью (как маркетинговой коммуникации) является честность, правдивость и открытость

- a. Да
- b. Нет

4. Задание с множественным выбором. Выберите 1 правильный ответ.

Основные особенности экономики впечатлений:

- a. Постоянное развитие электронных платформ, приложений
- b. Все варианты верны
- c. Продвижение при минимальном использовании традиционного маркетинга, СМИ
- d. Использование маркетинга отношений

5. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Верно ли утверждение? Удовлетворенность определяется степенью соответствия продукта организации ожиданиям клиента

- a. Да
- b. Нет

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

1. Пирамида задач и петля позитивного действия маркетинга отношен
2. Отличия маркетинга отношений от традиционного маркетинга
3. Комплекс маркетинга 4Р и 7Р: понятие, применение в сфере сервиса
4. Комплекс маркетинга 4С: понятие, применение в сфере сервиса
5. Маркетинг привлечения и удержания клиента: понятие, задачи, основные показатели рентабельности
6. Экономика удержания клиентов: понятие, задачи, основные экономические показатели маркетинга отношений (коэффициент удержания клиентов; скорость (коэффициент) оттока клиентов; среднее времени жизни клиента; пожизненная ценность клиента; стоимость привлечения клиента)
7. Реклама как вид маркетинговых коммуникаций: понятие, плюсы и минусы, виды
8. Пиар (связи с общественностью) как вид маркетинговых коммуникаций: понятие, плюсы и минусы, виды
9. Стимулирование сбыта как вид маркетинговых коммуникаций: понятие, плюсы и минусы, виды
10. Прямой маркетинг как вид маркетинговых коммуникаций: понятие, плюсы и минусы, виды
11. Синтетический маркетинг как вид маркетинговых коммуникаций: понятие, плюсы и минусы, виды
12. Понятие и виды ценности товара/услуги
13. Основные подходы к формированию ценности товара/услуги
14. Вовлечение потребителей в процесс создания ценности
15. Понятие, основные виды (области) впечатлений
16. Области, тренды в экономике впечатлений
17. Понятие и основные модели удовлетворенности
18. Методы исследования удовлетворенности
19. Методы повышения удовлетворенности потребителей
20. Лояльность клиента: понятие, виды. Потребители по степени, уровню лояльности
21. Программа лояльности: понятие, задачи, преимущества и недостатки
22. Основные компоненты и этапы разработки программы лояльности

Разработчики:



(подпись)

Доцент

(занимаемая должность)

Н.В. Светник

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис».

Программа рассмотрена на заседании кафедры сервиса и сервисных технологий

Протокол № 8 от «12» марта 2025 г.



зав. кафедры

Н.А. Антонова

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.