

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 11 от 25.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Интернет-технологии в сфере гостеприимства и общественного питания

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

43.03.03 - Гостиничное дело

Направленность образовательной программы

Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01.04 Интернет-технологии в сфере гостеприимства и общественного питания относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПКР-4: Способен применить современные технологии для организации гостиничной деятельности и деятельности организаций сферы общественного питания	ПКР-4.1: Осуществляет проведение мероприятий по организации гостиничной деятельности и деятельности организаций сферы общественного питания	ПКР-4.1: З-4.1 (ПКР-4.1) Знать основные современные тенденции развития цифровизации в сфере гостеприимства и общественного питания.. У-4.1 (ПКР 4.1) Уметь выявлять Интернет-технологии продаж, наиболее актуальные для внедрения конкретным предприятием в сфере гостеприимства или общественного питания В-4.1 (ПКР-4.1) Владеть навыками прогнозирования результатов внедрения Интернет-технологий на качество услуг	Задания Опрос Тест	Экзамен: Задания Контрольные вопросы Тест

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	6
Часов по учебному плану	216
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	24
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	24

- КСР	2
самостоятельная работа	130
Промежуточная аттестация	36 Экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о
1.Тенденции цифровизации в сфере гостеприимства и общественного питания	34	6	6	12	22
2.Интернет-каналы взаимодействия с потребителями	48	6	6	12	36
3.Продвижение услуг с использованием Интернет-технологий	48	6	6	12	36
4. Информационные технологии в маркетинговых исследованиях предприятия сферы гостеприимства и общественного питания	48	6	6	12	36
Аттестация	36				
КСР	2			2	
Итого	216	24	24	50	130

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1.Тенденции цифровизации в сфере гостеприимства и общественного питания Изменение поведения потребителей в условиях цифровизации бизнеса. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации сферы гостеприимства и общественного питания. Основные направления цифровизации.

Тема 2. Интернет-каналы взаимодействия с потребителями Сайты предприятий, мобильные приложения, мессенджеры и социальные сети, агрегаторы. Задачи и особенности Интернет-каналов. Продвижение каналов взаимодействия с потребителем. Омниканальность взаимодействия с потребителем. Фиджитал-маркетинг. Цифровые бизнес-экосистемы.

Тема 3. Продвижение услуг с использованием Интернет-технологий Карточка товара/услуги. Фильтры. Платное продвижение карточки. Акции продвижения на агрегаторах. Глобальные акции на агрегаторах. Рассрочка онлайн.

Пользовательский контент: значение, виды, возможности использования, площадки для размещения. Конкурсы, реферальные программы, приёмы геймификации для продвижения услуг в Интернете.

Тема 4. Информационные технологии в маркетинговых исследованиях предприятия сферы гостеприимства и общественного питания Задачи и инструменты маркетинговых исследований. Опросы и их автоматизация. Таргетирование и ретаргетирование. Тестирование настроек рекламных компаний. Мониторинг социальных сетей.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Интернет-технологии в сфере гостеприимства и общественного питания,

<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=11237>.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПКР-4:

Бриф - это документ, содержащий основную информацию о мобильном приложении и заполняемый заказчиком. Предполагается, что бриф составляется сотрудником, не владеющим глубокими техническими знаниями в сфере разработки программных продуктов, но понимающим маркетинговые задачи, стоящие перед компанией.

Выберите хорошо известный вам отель (ресторан). Желательно, чтобы предприятие было достаточно большим. В противном случае особого смысла создавать приложение нет.

Определите, для чего вы планируете создать мобильное приложение).

Напишите бриф для разработки мобильного приложения выбранного предприятия. Бриф пишется в свободной форме. Некоторые исполнители предлагают заказчикам примерный шаблон.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала

Оценка	Критерии оценивания
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПКР-4:

- 1. Изменение поведения потребителей в условия цифровизации
- 2. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: товар/услуга, цены
- 3. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: цены
- 4. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: продвижение
- 5. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: каналы сбыта
- 6. Направление цифровизации продаж в гостиничном бизнесе
- 7. Направления цифровизации продаж в сфере общественного питания
- 8. Сайт гостиницы: задачи, контент, обеспечение трафика
- 9. Сайт предприятия общественного питания: задачи, контент, обеспечение трафика
- 10. Инструменты продвижения сайта предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: SEO-оптимизация
- 11. Инструменты продвижения сайта предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: SMO-оптимизация
- 12. Инструменты продвижения сайта предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: контекстная реклама
- 13. Мобильный маркетинг и его использование в организации продаж
- 14. Мобильное приложение предприятия: задачи, контент, особенности для предприятий сферы гостеприимства
- 15. Мобильное приложение предприятия: задачи, контент, особенности для предприятий сферы общественного питания.

- 16. Маркетинг мобильных приложений для предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
- 17. Способы создания мобильного приложения для предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: роль заказчика
- 18. Использование мессенджеров предприятиями сферы услуг: решаемые задачи, возможности
- 19. Каналы предприятий сферы услуг в мессенджерах: задачи, контент, трафик, вовлечение потребителей
- 20. Реклама в мессенджерах для целей предприятий сферы услуг
- 21. Таргетирование рекламы в мессенджерах для предприятий сферы услуг
- 22. Чат-боты и их функции при организации онлайн продаж
- 23. Онлайн рассылки клиентам: виды, задачи.
- 24. Использование стикеров в онлайн среде как инструмента продвижения бренда
- 25. Агрегаторы и собственные каналы взаимодействия для онлайн взаимодействия с клиентами: преимущества и недостатки
- 26. Организация сбора онлайн заказов на предприятиях общественного питания
- 27. Организация выполнения онлайн заказов на предприятиях общественного питания
- 28. Организация доставки онлайн заказов предприятиями общественного питания.
- 29. Фиджитал-маркетинг как объединение онлайн и офлайн инструментов взаимодействия с потребителем
- 30. Омниканальность взаимодействия с потребителем в цифровом пространстве: задачи, преимущества и программное обеспечение
- 31. Предприятия сферы гостеприимства и общественного питания в составе цифровых бизнес-экосистем (Яндекс, Сбер): особенности и преимущества
- 32. Пользовательский контент и социальное доказательство: значение для предприятия
- 33. Направления использования пользовательского контента при организации интернет-продаж
- 34. Площадки для размещения пользовательского контента
- 35. Мотивация размещения клиентами отзывов на онлайн площадках
- 36. Работа предприятия с отзывами потребителей на онлайн площадках
- 37. Конкурсы как инструмент онлайн продвижения в сфере услуг
- 38. Организация реферальных онлайн-программ для продвижения услуг
- 39. Геймификация в бизнесе: значение и особенности использования в онлайн среде
- 40. Геймификация в бизнесе: сфера применения и основные механики.
- 41. Продвижение продукта на агрегаторе: карточка товара и фильтры.
- 42. Продвижение продукта на агрегаторе: платное продвижение
- 43. Продвижение продукта на агрегаторе: акции продавца
- 44. Продвижение продукта на агрегаторе: глобальные распродажи.
- 45. Продвижение продукта онлайн: рассрочка
- 46. Анализ онлайн аудитории предприятия: инструменты проведения опросов онлайн.
- 47. Таргетирование онлайн аудитории: критерии и инструменты
- 48. Ретаргетинг онлайн аудитории: сущность и возможности проведения.
- 49. Тестирование реакции онлайн – аудитории: А/В тесты.
- 50. Мониторинг отзывов и репутации компании в онлайн пространстве

Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным и дополнительным материалом.

Оценка	Критерии оценивания
	Ответ логичен и обоснован
отлично	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным материалом. Ответ логичен и обоснован
очень хорошо	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера. Ответ логичен и обоснован,
хорошо	обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы. Допущены неточности не принципиального характера,
удовлетворительно	Обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основных понятий темы.
неудовлетворительно	обучающийся при ответе на вопросы допускает грубые ошибки, демонстрирует незнание основных терминов и понятий
плохо	обучающийся демонстрирует полное незнание материала или отказывается

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПКР-4:

1. Омниканальность - это

- 1) процесс распространения информации о товаре через действующих покупателей.
- 2) это объединение каналов коммуникации в единую систему, созданную для удобства клиента при движении по воронке продаж
- 3) обозначение структурированных и неструктурированных данных огромных объемов и значительного многообразия, эффективно обрабатываемых программными инструментами
- 4) торговая площадка в интернете, которая помогает продавцам и потенциальным покупателям находить друг друга онлайн и взаимодействовать между собой.

• 2. Реферальный маркетинг - это

- 1) это явление, когда люди принимают решения исходя из мнения и действий других людей.
- 2) значимое для предмета маркетинга, бесплатно создаваемое потребителями и размещаемое ими публичное содержимое, в котором упоминается предмет маркетинга
- 3) процесс распространения информации о товаре через действующих покупателей.
- 4) ссылка на определенный сайт, в которой содержится уникальный идентификатор пользователя.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	98-100%
отлично	91-98%
очень хорошо	81-90%
хорошо	72-80%
удовлетворительно	60-71%
неудовлетворительно	46-59%
плохо	45% и менее

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несуществ	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

			не в полном объеме	в полном объеме, но некоторые с недочетами	некоторые с недочетами	енными недочетам и, выполнены все задания в полном объеме	
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПКР-4

Бриф - это документ, содержащий основную информацию о мобильном приложении и заполняемый заказчиком. Предполагается, что бриф составляется сотрудником, не

владеющим глубокими техническими знаниями в сфере разработки программных продуктов, но понимающим маркетинговые задачи, стоящие перед компанией.

Выберите хорошо известный вам отель (ресторан). Желательно, чтобы предприятие было достаточно большим. В противном случае особого смысла создавать приложение нет.

Определите, для чего вы планируете создать мобильное приложение).

Напишите бриф для разработки мобильного приложения выбранного предприятия. Бриф пишется в свободной форме. Некоторые исполнители предлагают заказчикам примерный шаблон.

Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала.
отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-4

- 1. Изменение поведения потребителей в условия цифровизации
- 2. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: товар/услуга, цены
- 3. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: цены
- 4. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: продвижение
- 5. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: каналы сбыта
- 6. Направление цифровизации продаж в гостиничном бизнесе
- 7. Направления цифровизации продаж в сфере общественного питания
- 8. Сайт гостиницы: задачи, контент, обеспечение трафика
- 9. Сайт предприятия общественного питания: задачи, контент, обеспечение трафика
- 10. Инструменты продвижения сайта предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: SEO-оптимизация
- 11. Инструменты продвижения сайта предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: SMO-оптимизация
- 12. Инструменты продвижения сайта предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: контекстная реклама
- 13. Мобильный маркетинг и его использование в организации продаж
- 14. Мобильное приложение предприятия: задачи, контент, особенности для предприятий сферы гостеприимства
- 15. Мобильное приложение предприятия: задачи, контент, особенности для предприятий сферы общественного питания.
- 16. Маркетинг мобильных приложений для предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
- 17. Способы создания мобильного приложения для предприятия сферы гостеприимства и общественного питания: роль заказчика
- 18. Использование мессенджеров предприятиями сферы услуг: решаемые задачи, возможности
- 19. Каналы предприятий сферы услуг в мессенджерах: задачи, контент, трафик, вовлечение потребителей
- 20. Реклама в мессенджерах для целей предприятий сферы услуг
- 21. Таргетирование рекламы в мессенджерах для предприятий сферы услуг
- 22. Чат-боты и их функции при организации онлайн продаж
- 23. Онлайн рассылки клиентам: виды, задачи.
- 24. Использование стикеров в онлайн среде как инструмента продвижения бренда
- 25. Агрегаторы и собственные каналы взаимодействия для онлайн взаимодействия с клиентами: преимущества и недостатки
- 26. Организация сбора онлайн заказов на предприятиях общественного питания
- 27. Организация выполнения онлайн заказов на предприятиях общественного питания
- 28. Организация доставки онлайн заказов предприятиями общественного питания.
- 29. Фиджитал-маркетинг как объединение онлайн и офлайн инструментов взаимодействия с потребителем
- 30. Омниканальность взаимодействия с потребителем в цифровом пространстве: задачи, преимущества и программное обеспечение
- 31. Предприятия сферы гостеприимства и общественного питания в составе цифровых бизнес-экосистем (Яндекс, Сбер): особенности и преимущества
- 32. Пользовательский контент и социальное доказательство: значение для предприятия
- 33. Направления использования пользовательского контента при организации интернет-продаж
- 34. Площадки для размещения пользовательского контента
- 35. Мотивация размещения клиентами отзывов на онлайн площадках
- 36. Работа предприятия с отзывами потребителей на онлайн площадках
- 37. Конкурсы как инструмент онлайн продвижения в сфере услуг
- 38. Организация реферальных онлайн-программ для продвижения услуг

- 39. Геймификация в бизнесе: значение и особенности использования в онлайн среде
- 40. Геймификация в бизнесе: сфера применения и основные механики.
- 41. Продвижение продукта на агрегаторе: карточка товара и фильтры.
- 42. Продвижение продукта на агрегаторе: платное продвижение
- 43. Продвижение продукта на агрегаторе: акции продавца
- 44. Продвижение продукта на агрегаторе: глобальные распродажи.
- 45. Продвижение продукта онлайн: рассрочка
- 46. Анализ онлайн аудитории предприятия: инструменты проведения опросов онлайн.
- 47. Таргетирование онлайн аудитории: критерии и инструменты
- 48. Ретаргетинг онлайн аудитории: сущность и возможности проведения.
- 49. Тестирование реакции онлайн – аудитории: А/В тесты.
- 50. Мониторинг отзывов и репутации компании в онлайн пространстве

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным и дополнительным материалом. Ответ логичен и обоснован
отлично	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным материалом. Ответ логичен и обоснован
очень хорошо	обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей непринципиального характера. Ответ логичен и обоснован,
хорошо	обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы. Допущены неточности непринципиального характера,
удовлетворительно	Обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основных понятий темы
неудовлетворительно	обучающийся при ответе на вопросы допускает грубые ошибки, демонстрирует незнание основных терминов и понятий
плохо	обучающийся демонстрирует полное незнание материала или отказывается

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПКР-4

1. Омниканальность - это

1) процесс распространения информации о товаре через действующих покупателей.

2) это объединение каналов коммуникации в единую систему, созданную для удобства клиента при движении по воронке продаж

3)обозначение структурированных и неструктурированных данных огромных объёмов и значительного многообразия, эффективно обрабатываемых программными инструментами

4)торговая площадка в интернете, которая помогает продавцам и потенциальным покупателям находить друг друга онлайн и взаимодействовать между собой.

- **2. Реферальный маркетинг - это**

1)это явление, когда люди принимают решения исходя из мнения и действий других людей.

2)значимое для предмета маркетинга, бесплатно создаваемое потребителями и размещаемое ими публичное содержимое, в котором упоминается предмет маркетинга

3)процесс распространения информации о товаре через действующих покупателей.

4)ссылка на определенный сайт, в которой содержится уникальный идентификатор пользователя.

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	98-100%
отлично	91-98%
очень хорошо	81-90%
хорошо	72-80%
удовлетворительно	60-71%
неудовлетворительно	46-59%
плохо	45% и менее

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Ветитнев А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 340 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-07375-1. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=844845&idb=0>.
2. Морозов М. А., Морозова Н. С. Информационные технологии в туристской индустрии : Учебник / Морозов М. А., Морозова Н. С. - Москва : КноРус, 2023. - 276 с. - ISBN 978-5-406-11788-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=872451&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. - Москва : Юрайт, 2023. - 367 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-9916-9115-4. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=844014&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. <https://www.retail.ru/> - Retail.ru - портал для ритейлеров и поставщиков
2. https://www.delivery-club.ru/promo_rules - Delivery Club доставка еды и продуктов
3. https://yandex.ru/promo/eda/partners/registration?utm_medium=site&utm_source=site-eda-d&utm_campaign=bottom-rest&lp_source=site-eda - Доставка ваш новый канал продаж
4. <https://ekdostavka.ru/> - ЕКДоставка - Доставка из любимых ресторанов Нижнего Новгорода
5. <https://www.ozon.ru/travel/> Поиск дешёвых авиа и ж/д билетов онлайн
6. <https://www.tripadvisor.ru/> - Tripadvisor
7. <https://travel.yandex.ru/> - Яндекс Путешествия

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 43.03.03 - Гостиничное дело.

Автор(ы): Копасовская Наталья Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент.

Рецензент(ы): Баринова Н.А. директор АНО Эксперт НН.

Заведующий кафедрой: Ефремова Марина Владимировна, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.11.2024, протокол № 5.