

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Владимир Александрович Шамахов
Должность: директор
Дата подписания: 10.06.2022 18:36:16
Уникальный программный ключ: 2ca9543fd4843214a9c911304a24cc3a6f9d0cd9

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**

ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – филиал РАНХиГС

Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДЕНА

решением методической комиссии по
направлению подготовки Менеджмент

Протокол от «01» июня 2020 г. № 3

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.03.01 Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства /
Event Marketing in Hospitality**

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки)

«Менеджмент в индустрии гостеприимства»

(профиль)

магистр

(квалификация)

Очная, заочная

(формы обучения)

Год набора – 2021

Санкт-Петербург, 2021 г.

Автор(ы)-составитель(и):

Д-р экон. наук, руководитель магистерской программы
«Менеджмент в индустрии гостеприимства»

Морозова М.А.

Заведующий кафедрой менеджмента

к.э.н., профессор

Нещерет А.К.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины (модуля)
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства / Event Marketing in Hospitality» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс-6	способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ПКс-6.2	Развитие способности разрабатывать маркетинговую стратегию организации
ПКс-8	Способность выявлять потребности в изменениях деятельности гостиничного комплекса и управлять разработкой и реализацией проектов, направленных на развитие и повышение конкурентоспособности в индустрии гостеприимства	ПКс-8.2	Умением проводить и использовать оценку конкурентных сил при принятии стратегических решений.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
D. Управление процессом финансового консультирования в организации (подразделении)/ D/01.8 Разработка концепции и стратегии развития сети гостиниц	ПКс-6.2	на уровне знаний: концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии; тенденции и перспективы развития туристской индустрии на федеральном, региональном и локальном уровнях
		на уровне умений: формулировать и анализировать проблемы, связанных с развитием туризма, применяя изученные теории и модели; применять концепции устойчивого развития для преодоления негативных последствий от проведения массовых событий для дестинации
		на уровне навыков: опытом работы и использования в ходе проведения исследований научно-технической информации, Internet-ресурсов, баз данных и каталогов, электронных журналов, поисковых ресурсов и др. в области событийного менеджмента в том числе на иностранном языке;

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
		технологией разработки паспорта и сценария события
D. Управление процессом финансового консультирования в организации (подразделении)/ D/03.8 Внедрение инновационных технологий и изменений в управлении деятельностью сети гостиниц	ПКс-8.2	на уровне знаний: современные подходы к изучению туристской дестинации; современные методы оценки туристско-рекреационного потенциала территорий, ресурсов и условий функционально-территориального развития рекреаций и туризма, теоретические и методические основы планирования и продвижения события; современные подходы к изучению факторов событийного туризма, принципов устойчивого развития; основы менеджмента события
		на уровне умений: Планировать, проводить и оценивать результаты события; находить и использовать актуальную информацию в исследуемой области из различных ресурсов, включая на английском языке; формулировать задачи с учетом динамически меняющихся социально-культурных и экономико-правовых реалий
		на уровне навыков: устойчивыми навыками апробации проектов с учетом выбора оптимальных методик и оборудования для исследований, определения ресурсов для проведения события; навыками обработки, систематизации и анализа полученных результатов

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академ. часов / 81 астр. час.

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах) очно/ заочно
Общая трудоемкость	108/108
Контактная работа	72/10
Лекции	16/2
Практические занятия	56/8
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	36/94
Контроль	-/4
Формы текущего контроля	вопросы для обсуждения, коллоквиум, письменная работа, проект, доклад
Форма промежуточной аттестации	Зачёт

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства / Event Marketing in Hospitality» относится к блоку дисциплин по выбору студента вариативной части профессионального цикла учебного плана направления 38.04.02 Менеджмент профиль «Менеджмент в индустрии гостеприимства».

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства / Event Marketing in Hospitality» нацелена на подготовку магистрантов к: применению

существующих теорий и подходов к событийному менеджменту, научно-исследовательской работе, планированию события с учетом региональной специфики и типа туристской дестинации; решению научно-исследовательских и практических задач, связанных с принятием стратегических решений при разработке концепции события; поиску и анализу профильной научной информации, необходимой для решения конкретных исследовательских и проектных задач, в том числе при выполнении междисциплинарных проектов.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 4 семестре 2 курса, для студентов заочной формы обучения – на 2 и 3 курсе.

По дисциплине осуществляется текущий контроль в виде вопросов для обсуждения, коллоквиума, письменной работы, проекта, доклада.

Формой промежуточной аттестации является зачёт.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Introduction to Event Management	12	2		6		4	К
Тема 2	Classification of events	12	2		6		4	ПР
Тема 3	Event Industry Subjects	16	2		8		6	К
Тема 4	Event Scheduling	32	6		16		10	П, К
Тема 5	Event marketing	18	2		10		6	Д, К
Тема 6	Evaluate the effectiveness of an event	18	2		10		6	ВО+К
Промежуточная аттестация								Зачёт
Всего (акад/астр):		108/81	16/12		56/42		36/27	

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Introduction to Event Management	18	1		-		17	
Тема 2	Classification of events	20	1		2		17	ПР
Тема 3	Event Industry Subjects	15	-		-		15	
Тема 4	Event Scheduling	17	-		2		15	П
Тема 5	Event marketing	17	-		2		15	Д
Тема 6	Evaluate the effectiveness of an event	17	-		2		15	ВО+К
Промежуточная аттестация		4/3						Зачёт
Всего (акад/астр):		108/81	2/1,5		8/6		94/70,5	

Примечание: * ВО – вопросы для обсуждения, К – коллоквиум, ПР – письменная работа, П – проект, Д – доклад.

Содержание дисциплины

Тема 1. Introduction to Event Management

Approaches to event definition. Identify and examine events. Event management and tourism. Event terminology. Prospects of the sphere of events.

Тема 2. Classification of events

Typology of events: religious, corporate, commercial/business, cultural, musical, sports, political/state, personal. Local and mass events.

Тема 3. Event Industry Subjects

Companies that provide services for organizing and conducting events: Event-agencies, advertising agencies, BTL-agencies, integrated marketing communications agencies, the recreational industry (HoReCa), corporate event departments. Event-service customers: individuals, companies, government agencies, public organizations. Subcontractors or direct service providers.

Тема 4. Event Scheduling

Stages of the planning process: idea and proposal, feasibility study, goals and objectives of the event, requirements/conditions of implementation, implementation plan, monitoring and evaluation, future practice. Main components of the event concept. Event program. Event passport.

Тема 5. Event marketing

How to promote an event. Marketing effectiveness of activities. Objectives of marketing events when organizing an event. Benefits of event marketing.

Тема 6. Evaluate the effectiveness of an event

Study of the financial situation (city, region, country). Calculate all costs. Calculation of the activity budget. Identify potential sponsors and investors and develop a strategy to raise their capital. Implement event goals. Determining the impact of the event on the economy of the region.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины *Б1.В.ДВ.03.01 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства / Event Marketing in Hospitality»* используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: устный опрос, вопросы для обсуждения.

при проведении занятий семинарского типа: при сдаче отчетов и письменных работ проводится устное собеседование, выполнение проекта, написания доклада.

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: при подготовке к занятиям и для выполнения индивидуальных заданий следует использовать рекомендуемые источники литературы по данному курсу, в том числе нормативные документы индустрии туризма. При подготовке к занятиям следует воспользоваться не только учебниками и учебными пособиями, приведенными в списке основной и дополнительной рекомендуемой литературы, но также периодическими изданиями.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.1.2. Зачёт проводится с применением следующих методов (средств):

Промежуточный контроль по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства / Event Marketing in Hospitality» - зачёт в форме разработки события на конкретном примере.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по темам №1-6

Полемизировать на примерные темы для обсуждения (коллоквиум)

1. The essence of the event, its characteristics.
2. The areas of event planning are official, public, private.
3. Event Planning Milestones
4. Application areas of event- management
5. The concept of "event- management" (EM), its main content.
6. Event concept: classification of events, participants, visitors, evaluation and management, nature of the event.
7. Event- management as a project: project phases, activities in event- management, risk management, goal and profit.
8. Activity planning: planning content; process modeling, decision making.
9. Strategic factors affecting the success of the event

10. Marketing in event management: marketing mix, i.e. 5R system (product = people, price, place, promotion, prediction).
11. Event Events Market Study.
12. Marketing Planning
13. Controlling Entity in Event Management
14. Monitoring, documentation of results, management of complaints and risks, planning in case of emergency
15. Working with Information When Designing an Event Event
16. Personnel selection for event-event
17. Selecting Partners When Developing an Event Event
18. Catering and logistics of goods
19. Catering types
20. Organization of services on its own and with the involvement of third parties, drawing up a contract

Типовые оценочные материалы по теме №2

Задание: Development of a project of tourism activities of special types of tourism. The student selects the region and type of tourism, then in writing a list of objects, names of tourist products and a list of events are presented. When performing a task, you can access Internet sites using the Technology WiFi.

Темы проектов:

- health tourism;
- cognitive tourism;
- adventure tourism;
- environmental tourism;
- event tourism;
- pilgrimage tourism;
- rural tourism;
- river cruises;
- educational tourism.

Форма контроля: проверка письменной работы.

Типовые оценочные материалы по теме №4

**Тема: "Проект специального мероприятия"
(на примере конкретной организации)**

Составить проект по примерному плану:

1. Brief description of the enterprise (technical and economic characteristics, organizational structure, functions of marketing department, personnel department).
2. Features of PR - activities in the organization.
3. Target groups of the public.
4. Action Plan
 - analysis of the situation;
 - Defining the purpose and objectives of the project;
 - Identification of the target audience;

- concept (idea of the event). Detailed description;
- selection of media and methods of working with the target audience;
- Budget planning;
- analysis of results (performance assessment, feedback mechanism, actions after the event).

Типовое практическое задание по теме №5

1. Analyze the requirements for hotels by specific groups of clients and their accounting in the activities of hotel enterprises (using the example of a specific hotel enterprise).
2. Analyze the role of small hotel enterprises in organizing the leisure and entertainment industry (using the example of a specific hotel enterprise).
3. Explore and analyze current trends in congress tourism.
4. Develop a program to identify potential clients of hotel enterprises among international travelers (using the example of a specific hotel enterprise).
5. Determine and evaluate the capacity of specific segments of the hotel services market, the maintenance of which will contribute to the increase in profits of the hotel industry enterprises (using the example of a specific hotel enterprise).

Собрать сведения и резюмировать на выбранные (примерные) тематики докладов

1. Marketing business tourism.
2. Leisure and recreation marketing.
3. Congress business marketing.
4. Marketing of travel of government officials.
5. Marketing of international tourism.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочных средств в ФОС
1.	Вопросы для обсуждения (коллоквиум)	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Тематика дискуссий: 1. «Общие требования к подготовке и организации специальных событий». 2. «Праздники». 3. «Основные этапы разработки специальных событий (проектов)». 4. «Режиссура специального события».
2.	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся	1 Презентация проекта специального мероприятия в рамках программы PR конкретной фирмы. Групповое задание.

3.	Доклад	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	«Роль и значение событийных коммуникаций в PR-деятельности».
4.	Практические упражнения-тренинги	Деятельность индивидуальная или группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования творческих ситуаций. Позволяет оценивать умение анализировать и решать творческие задания как индивидуально, так и совместно с группой.	Упражнения-тренинги: - на креативность мышления; - на развитие коммуникативной компетентности; - на формирование лидерских навыков; - на умение работать в команде и т.д.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс-6	способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ПКс-6.2	Развитие способности разрабатывать маркетинговую стратегию организации
ПКс-8	Способность выявлять потребности в изменениях деятельности гостиничного комплекса и управлять разработкой и реализацией проектов, направленных на развитие и повышение конкурентоспособности в индустрии гостеприимства	ПКс-8.2	Умением проводить и использовать оценку конкурентных сил при принятии стратегических решений.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
<p>ПКс -6.2 Развитие способности разрабатывать маркетинговую стратегию организации</p>	<p>Применяет для решения практических задач навыки маркетингового анализа проектов. Разрабатывает маркетинговую стратегию организации с учетом проектного подхода.</p>	<p>Разработана маркетинговая стратегия организации, отвечающая состоянию конкурентной среды и стратегическим задачам организации с учетом требований проектного подхода.</p>
<p>ПКс-8.2 Умением проводить и использовать оценку конкурентных сил при принятии стратегических решений.</p>	<p>Уметь организовывать работу по анализу влияния конкурентных сил на маркетинговую деятельность предприятия с учетом отраслевой специфики и прогнозирования рискованных ситуаций на рынке. Владеть инструментальным и математическим аппаратом обеспечения конкурентоспособности предприятия в системе стратегического управления его маркетинговой деятельностью.</p>	<p>На высоком уровне умеет организовывать работу по анализу влияния конкурентных сил на маркетинговую деятельность предприятия с учетом отраслевой специфики и прогнозирования рискованных ситуаций на рынке. В полной степени владеет инструментальным и математическим аппаратом обеспечения конкурентоспособности предприятия в системе стратегического управления его маркетинговой деятельностью.</p>

4.3.2 Типовые оценочные средства

Итоговый контроль основан на подготовке творческого проблемно-ориентированное задания: разработка события.

Такой способ контроля позволяет проверить не только знания магистрантов, но и способности применять их для анализа и решения конкретных проблем, связанных с событийным менеджментом. Магистрант формулирует тему проекта самостоятельно и согласует ее с преподавателем, предоставив краткое описание проблемы.

Задание выполняется индивидуально или в группе. Магистрант должен разработать концепцию и программу события. Для аттестации необходимо представить:

1. Паспорт события;
2. Сценарий;
3. Программу;
4. Смету.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном

государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

На «зачтено» оцениваются проект разработки события, в котором системно, логично и последовательно изложен материал на все поставленные вопросы. Кроме того, студент должен показать способность делать самостоятельные выводы, комментировать излагаемый материал. При этом допускаются некоторые затруднения с ответами, например, затруднения с примерами из практики, затруднения с ответами на дополнительные вопросы.

«Не зачтено» ставится в случае, когда студент не знает значительной части учебного материала, допускает существенные ошибки; знания носят бессистемный характер; на большинство дополнительных вопросов даны ошибочные ответы; ответ дается не по вопросу.

4.4. Методические материалы

Зачет по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства / Event Marketing in Hospitality» проводится в строгом соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС, в устной и письменной формах.

К промежуточной аттестации допускаются магистранты выполнившие необходимые требования ОП ВО по дисциплине «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства / Event Marketing in Hospitality» по итогам текущего контроля успеваемости в течение семестра.

Высокий уровень успеваемости, выявленный по итогам текущего контроля в семестре, может являться основанием для освобождения магистранта от сдачи экзамена/зачета (при его согласии). Высокой является успеваемость только на «отлично», или на «хорошо» и «отлично» в течение семестра.

Время подготовки ответа при сдаче зачета в устной форме должно составлять не менее 30 минут (по желанию магистранта ответ может быть досрочным) и не более 1 часа 30 минут. Магистрант должен разработать концепцию и программу события.

В случае проведения зачета, преподавателю предоставляется право задавать магистрантам дополнительные вопросы в рамках рабочей учебной программы дисциплины в объеме, не превышающем тему программы магистранта.

Оценка за зачет проставляется в экзаменационной ведомости и зачетных книжках магистрантов, при этом оценки «незачет» в зачетную книжку магистрантов не проставляются.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с

прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 «Событийный маркетинг в индустрии гостеприимства / Event Marketing in Hospitality» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов. Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по практическим занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к опросу представляет собой самостоятельную работу студента. В этих целях студенту необходимо:

- ознакомиться с литературой по теме подготовки;
- ответить на перечень вопросов;
- ответить в аудитории на поставленные вопросы не используя источники для подготовки.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;

- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов и заданий к зачету.

После этого должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература

1. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469636>
2. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 379 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432976>
3. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473234>
4. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2019. — 166 с. — ISBN 978-5-394-02710-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85699.html>
5. Синяева, Инга Михайловна. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : [учебник] / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев. - Электрон. дан.. - М. : Дашков и К, 2017. - 252 с. Загл. с экрана. - ISBN 978-5-394-02723-9 : 0.00.
6. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс] : учебное пособие/ О. В. Шпырня. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 с. — ISBN 978-5-93926-323-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78034.html>

6.2. Дополнительная литература

1. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: Учебное пособие для студентов вузов. -М.: Аспект Пресс, 2006.-236с.
2. Асанова, И. М. Организация культурно-досуговой деятельности : учебник для вузов / И. М. Асанова, С. О. Дерябина. —Москва: Академия, 2011. —192 с.: ил.. —Высшее профессиональное образование. Сервис.—Библиогр.: с. 190.

3. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — 978-5-394-01664-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75219.html>
4. Васильев, Г. А. Управление сервисными продуктами в маркетинге услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев, Е. М. Деева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 192 с. — 978-5-238-01578-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71172.html>
5. Кондратенко, Е. А. Событийный менеджмент : учебное пособие / Е. А. Кондратенко. — Барнаул: Азбука, 2011. — 142 с.—Библиогр.: с. 140-141.
6. Корнеевец, В. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : практикум / В. С. Корнеевец, Л. В. Семенова, И. И. Драгилева. — Калининград : Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2011. — 74 с. — ISBN 978-5-9971-0178-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/7354.html>
7. Корнеевец, В. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебное пособие / В. С. Корнеевец, Л. В. Семенова. — Калининград : Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2008. — 172 с. — ISBN 978-5-88874-904-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/3168.html>
8. Кусков, А. С. Основы туризма : учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. — 4-е изд., перераб. . — Москва: КноРус, 2013. — 396 с.
9. Лойко О.Т. Сервисная деятельность. Учебное пособие для вузов. М.: Академия – 2010, 324 с.
10. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 398 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02455-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432949>
11. Романович, Ж. А. Сервисная деятельность : учебник / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев. — 2-е изд.. — Москва: Дашков и К, 2007. — 268 с.. — Библиогр.: с. 265-266.
12. Руденко, Л. Л. Сервисная деятельность : учебное пособие / Л. Л. Руденко. — Москва: Дашков и К, 2012. — 207 с.: ил
13. Сейфуллаева, М. Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / М. Э. Сейфуллаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — 5-238-00800-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71021.html>
14. Третьякова, Т. Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / Т. Н. Третьякова. — Москва: Академия, 2008. — 268.
15. Шнайдерман, А. Л. Партизанский маркетинг в туризме [Электронный ресурс] / А. Л. Шнайдерман. — Электрон. текстовые данные. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Текущая и опережающая СРС, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений заключается в:

- работе магистрантов с лекционным материалом, поиск и анализ литературы и электронных источников информации по заданной проблеме и выбранной теме магистерской диссертации,
- выполнении домашних заданий,
- переводе материалов из тематических информационных ресурсов с иностранных языков,
- изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку,
- изучении теоретического материала к лабораторным занятиям,
- подготовке к зачёту.

Темы, выносимые на самостоятельную проработку:

- изучение и анализ типов событий;
- определение заинтересованных сторон события;
- обзор площадок для проведения событий в России и за рубежом;
- выявление информационного повода для события;
- калькуляция затрат по проведению события;
- изучение профессиональной иностранной литературы на английском языке.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа (ТСР) направлена на развитие интеллектуальных умений, комплекса профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала магистрантов и заключается в:

- поиске, анализе, структурировании и презентации информации, анализе научных публикаций по определенной теме исследований,
- анализе статистических и фактических материалов по заданной теме, проведении расчетов, составлении схем и моделей на основе статистических материалов,
- исследовательской работе и участии в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах.

Примерный перечень научных проблем и направлений научных исследований:

1. Анализ кейсов международных фестивалей, конгрессов;
2. Технологии проектирования события;
3. Массовое событие (написание кейса);
4. Разработка события для привлечения туристов (конкретный город);
5. Оценка международной/региональной выставки по туризму.

6.4. Нормативные правовые документы

Не предусмотрено.

6.5. Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Электронная библиотечная система «IPRbooks» <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» <https://znanium.com/catalog/books/theme>
- Электронная библиотечная система «Юрайт» <https://urait.ru/>
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

6.6. Иные источники

1. <http://www.event-management-uk.co.uk>
2. <http://www.ifea.com>
3. <http://www.eventros.ru/>
4. <http://www.event-forum.ru>
5. <http://www.restec.ru/exhibitions/featured/travelexpo/mice.ru.html>
6. <http://www.miceforum.ru>
7. <http://www.conference.ru>
8. «Турбизнес» – журнал для специалистов туристической отрасли. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://tourbus.ru>

9. Научная электронная библиотека - доступ к полным текстам периодических изданий по всем направлениям научных дисциплин. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
10. Практический маркетинг: ежемесячный журнал. — М. : Агентство BCI Marketing, 2005-. — Изд. с 1997 г. — <URL: <http://www.bci-marketing.ru>>.
11. Blackwell - полнотекстовые электронные научные журналы, охватывающие все области естественных и общественных наук. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.blackwell-synergy.com/>
12. DOAJ - модерируемый каталог научных журналов со свободным веб-доступом к полным текстам статей создается с февраля 2003 г. в университете г. Лунд (Швеция). [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.doaj.org/>
13. Sage Publications - научные журналы по гуманитарным, точным и естественным наукам. Глубина полнотекстового архива с 1999 года. Условия доступа: доступ организован по общеуниверситетской сети. URL: <http://online.sagepub.com>
14. Springer - полнотекстовые книги, опубликованные с 2000 по текущий год (книги с зеленой пиктограммой). Условия доступа: доступ организован по общеуниверситетской сети. URL: <http://www.springerlink.de/books>

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные классы для проведения лекций и практических занятий
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов:

Персональные компьютеры, пакеты прикладных программ, программные комплексы Word, ТЕСТУНИВЕРСАЛ, СУБД MS Access, правовые базы данных «Консультант+», «Гарант», «Кодекс», «Эталон».

В учебном процессе допускается применение онлайн-платформ Teams, Zoom, Skype for Business, а также системы дистанционного обучения LMS Moodle.