

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Управление лояльностью на предприятиях индустрии гостеприимства
Краткое содержание	Виды лояльности клиентов Автоматизация, IT-технологии в менеджменте лояльстью Управление лояльностью корпоративных клиентов, как способ увеличение b2b продаж Способы управления лояльностью клиентов Мировой опыт loyalty management Разработка программ лояльности в онлайн-ритейле Геймификация в интернет-продажах с целью увеличения эмоционально 12 законов клиентской лояльности Программы постоянного гостя Программ касающихся отдельных сотрудников аффективная/эмоциональна привязанность латентная лояльность Типы лояльности в отношениях «потребитель-компания» Пожизненная ценность клиента (life time value) Ценовая политика предприятия в формировании лояльности Этапы формирования стратегии управления ояльностью Методы измерения лояльности клиентов
Результаты освоения дисциплины	Осуществляет деятельность гостиничного предприятия Осуществляет продвижение и продажу гостиничного продукта Находит, анализирует и оценивает информацию, необходимую для организации гостиничной деятельности
Трудоемкость, з.е.	4 з.е.
Форма отчетности	Экзамен
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Экономика впечатлений. Как превратить покупку в захватывающее действие: Практическое пособие / Пайн Б.Д., Джеймс Х., Ливинская Н.А. -М.:Альпина Паблишер, 2018. - 384 с.: 60х90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9614-6681-2 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/1003200 2. Колодий, Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-00516-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://biblio-online.ru/bcode/413968
Дополнительная литература	1. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва :Издательство Юрайт, 2019. — 291 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07403-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/441186 2. Joseph Pine B., James H. Gilmore . The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business Press, 1999 . — 254 с. Текст : электронный Программные средства: MS Office 2010