

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
«Сочинский государственный университет» в г. Анапе Краснодарского края

СОГЛАСОВАНО
Зам. директора по УиВР
 Екимова В.В.
«31» августа 2022 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала СГУ в г. Анапе
 Леонова Е.В.
«31» августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.29 Технологии продвижения и продаж в гостиничном бизнесе

Шифр и направление подготовки	43.03.03 «Гостиничное дело»
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр
Профиль подготовки бакалавра	«Гостиничная деятельность»
Форма обучения	ОФО, ЗФО
Выпускающая кафедра	Социально-культурного сервиса и туризма
Кафедра-разработчик рабочей программы	Социально-культурного сервиса и туризма
Год набора	2022

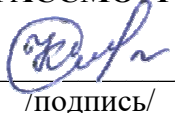
Семестр/курс	Трудоемкость (час/зет)	Лекцион занятий, (час)	Практич занятий (час)	Лаборат занятий (час)	СРС (час)	КР/КП (час)	РГР (час)	Форма промежут. контроля (экз/зачет)
ОФО								
6/3	144/4	32	16		67	2		Экзамен (27)
Итого	144/4	30	14		67	2		Экзамен (27)
ЗФО								
8/4	144/4	6	4		123	2		Экзамен (9)
Итого	144/4	6	4		123	2		Экзамен (9)

Анапа 2022 г.

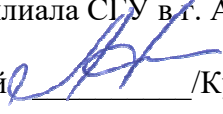
Лист согласования рабочей программы дисциплины Б1.О.29 Технологии продвижения и продаж в гостиничном бизнесе

Рабочую программу составил: Белоцерковская Н.В., к.п.н., доцент кафедры СКСиТ Белоцерковская Н.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

заведующий кафедрой  / Стародуб К.А. /
/подпись/ /Ф.И.О./

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду филиала СГУ в г. Анапе:

Заведующий библиотекой  /Кузнецова Л.Н./

Структура рабочей программы соответствует предъявленным требованиям

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета направления УГСН 43.00.00 Сервис и туризм

Протокол № 1 от « 31 » 08 2022 г.

Председатель УМСН  /подпись/ Екимова В.В. /Ф.И.О./

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20__ / __ учебный год.

В программу внесены дополнения и (или) изменения:

(Указывается, в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Заведующий кафедрой _____

подпись

Стародуб К.А.

ФИО

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ.....	5
3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.1 Тематический план дисциплины.....	7
4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	17
4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине.....	19
5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	21
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины.....	21
5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине.....	22
5.3 Особенности преподавания дисциплины.....	22
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	23
5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	23
Приложение. АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	25

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж в гостиничном бизнесе» является понимание основ создания и функционирования системы продвижения и продаж в гостиничном бизнесе, подготовить студентов к практическому использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг, раскрыть методы и приемы ведения продаж гостиничных услуг на внутренних и международных рынках, способы организации и проведения рекламы, мероприятий Public Relations и Publicity в гостиничной индустрии.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов основных навыков, которые должен иметь профессионал гостиничного дела для успешной работы по своей специальности.
- формирование комплекса знаний и практических навыков по продвижению и продажам в специфической области сферы услуг – гостиничной индустрии, необходимых для более углублённого изучения данного профессионального направления и для применения их в реальной практике гостиничных предприятий.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана.

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции (перечисляются дисциплины, практики, кроме ГЭ, ВКР)	
Универсальные компетенции		
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Б1.О.01 Б1.О.09 Б1.В.05 Б1.В.08 Б1.В.10 Б2.О.02(Пд)	Философия Математика Управление и развитие курортных объектов размещения Организация гостиничного дела Технологии гостиничной деятельности Преддипломная практика
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Б1.О.20 Б1.О.27 Б2.О.02(Пд)	Маркетинг гостиничного предприятия Курортография Преддипломная практика

3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-1, ОПК-4.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Универсальные компетенции		
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК – 1.1 Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач	Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации, основы системного подхода для решения поставленных задач Уметь: применять принципы сбора, отбора и обобщения информации, основы системного подхода для решения поставленных задач Владеть: навыками сбора, отбора и обобщения информации, применения системного подхода для решения поставленных задач
	УК – 1.2 Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности	Знать: основы критического анализа разнородных данных Уметь: применять процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности Владеть: навыками критического анализа информации, анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
	УК – 1.3 Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений	Знать: основы практической работы с источниками информации; методы принятия решений Уметь: использовать методы принятия решения для достижения поставленных задач Владеть: навыками применения научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений

Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1 Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов	Знать: принципы исследования рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания Уметь: осуществлять мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания Владеть: навыками анализа, синтеза, наблюдения рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания
	ОПК-4.2 Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий	Знать: особенности продаж услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания Уметь: применять компьютер как средство управления продажами услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания Владеть: навыками продаж услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий
	ОПК-4.3 Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет	Знать: методы продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет Уметь: продвигать услуги организаций сферы гостеприимства и общественного питания Владеть: навыком работы с компьютером как средством управления информацией, навыком анализа, синтеза, наблюдения рынка услуг, продаж и продвижения услуг организаций

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Количество часов по учебному плану (очная форма обучения)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа
Всего часов – 144, из них: лекции – 32 часов, практические занятия – 16 часов, самостоятельная работа – 67 час, ИКР – 2 часа, контроль – 27 часов.

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ раздела, темы	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	ОФО				
		Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе.	13	4	2	-	7
2	Покупка гостиничного продукта потребителем.	16	4	2	-	10
3	Разработка стратегии продвижения и продаж	18	6	2	-	10
4	Приемы продвижения и продаж.	20	6	4	-	10
5	Среда, в которой реализуются продажи.	16	4	2	-	10
6	Управление продажами.	16	4	2	-	10
7	Оценка эффективности сбытовой деятельности.	16	4	2	-	10
	ВСЕГО:	115	32	16	-	67
	Курсовая работа	2				
	Консультация	2				
	Катт (экзамен)	0,3				
	Контроль	24,7				
ИТОГО:		144				

**Количество часов по учебному плану
(заочная форма обучения)**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Всего часов – 144, из них: лекции – 6 часов, практические занятия – 4 часа, самостоятельная работа – 123 часа, контроль – 7 часов, консультации – 2 часа, ИКР – 2 часа.

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ раздела, темы	Наименование модуля (раздела, темы) дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС
1	Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе.	18,5	0,5	-	-	18
2	Покупка гостиничного продукта потребителем.	18,5	0,5	-	-	18
3	Разработка стратегии продвижения и продаж	20	1	1	-	18
4	Приемы продвижения и продаж.	20	1	1	-	18
5	Среда, в которой реализуются продажи.	18	1	-	-	17
6	Управление продажами.	19	1	1	-	17
7	Оценка эффективности сбытовой деятельности.	19	1	1	-	17
	ВСЕГО:	133	6	4		123
	Курсовая работа	2				
	Консультация	2				
	Катт	0,3				
	Экзамен	6,7				
	ИТОГО:	144				

4.1.1 Лекционные занятия (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе.	Каналы распределения и товародвижения. Спрос, формирование спроса и стимулирование сбыта. Торговые посредники и их классификация. Организация оптовой и розничной торговли. Дилеры и дистрибьюторы. Мерчандайзинг. Компоненты организации эффективного сбыта. Методы персональных продаж. Подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа. Особые формы коммерческого взаимодействия: франчайзинг, многоуровневый маркетинг.
2	Покупка гостиничного продукта потребителем.	Факторы ситуационного влияния на принятие решения о покупке. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке. Осознание потребителем потребности в товаре и информационный поиск. Оценка и выбор потребителем покупательского

		решения. Маркетинговое поведение продавца, коммерсанта как решающее условие эффективного поведения потребителя. Поведение потребителя после покупки.
3	Разработка стратегии продвижения и продаж	Выбор стратегии выстраивания продаж в зависимости от компании, продукта (товара или услуги), каналов сбыта, клиентов, ситуации на рынке. План продаж, как завершающий этап маркетингового плана. Виды планов. Элементы и методы планирования продаж. Технические психологические ошибки планирования. Составляющие плана продаж. Планирование действий. Планирование контактов. Рассмотрение примера формы для планирования продаж. Процесс продаж. Поиск новых клиентов, собственно продажи, документарное оформление сделки. Развитие продаж. Определение психологического типа клиента. Продажа личной встречи, преодоление барьеров. Диагностика возможностей клиента. Диагностика потребностей клиента.
4	Приемы продвижения и продаж.	Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления персональных продаж. Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами. Продажи на основе взаимоотношений. Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий. Техники подготовки и проведения переговоров о продажах. Работа с возражениями клиентов.
5	Среда, в которой реализуются продажи.	Правовые и этические аспекты продаж гостиничного продукта. Условия, в которых осуществляются продажи. Международные продажи. Послепродажное обслуживание и формирование сбытовых отношений с внешней общественностью гостиничного хозяйства (туроператорами, турагентствами, турброкерами, туристами).
6	Управление продажами.	Основные функции процесса управления продажами. Отбор, найм и подготовка персонала. Организационная структура отдела продаж. Формирование организационной структуры на основе коммерческой значимости клиентов. Мотивация и подготовка торговых представителей. Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу. Организация работы, контроль и оценка деятельности сбытовой сети (турфирм). Разработка системы мотивации турфирм и оценка эффективности их сбытовой деятельности. Прогнозирование объема продаж. Составление бюджета продаж и его оценка.
7	Оценка эффективности сбытовой деятельности.	Контроль сбытовой деятельности и оценка ее эффективности. Критерии и методы определения эффективности продаж. Направления анализа марочных товаров. Аудит бренда. Анализ рекламной и маркетинговой деятельности. Рейтинги. Модели и методы оценки коммуникативной эффективности

		продаж. Анализ лояльности покупателей. Конкурентный анализ и конкурентный профиль продукции. Экономическая эффективность сбыта.
--	--	---

4.1.1 Лекционные занятия (заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе.	Каналы распределения и товародвижения. Спрос, формирование спроса и стимулирование сбыта. Торговые посредники и их классификация. Организация оптовой и розничной торговли. Дилеры и дистрибьюторы. Мерчандайзинг. Компоненты организации эффективного сбыта. Методы персональных продаж. Подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа. Особые формы коммерческого взаимодействия: франчайзинг, многоуровневый маркетинг.
2	Покупка гостиничного продукта потребителем.	Факторы ситуационного влияния на принятие решения о покупке. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке. Осознание потребителем потребности в товаре и информационный поиск. Оценка и выбор потребителем покупательского решения. Маркетинговое поведение продавца, коммерсанта как решающее условие эффективного поведения потребителя. Поведение потребителя после покупки.
3	Разработка стратегии продвижения и продаж	Выбор стратегии выстраивания продаж в зависимости от компании, продукта (товара или услуги), каналов сбыта, клиентов, ситуации на рынке. План продаж, как завершающий этап маркетингового плана. Виды планов. Элементы и методы планирования продаж. Технические психологические ошибки планирования. Составляющие плана продаж. Планирование действий. Планирование контактов. Рассмотрение примера формы для планирования продаж. Процесс продаж. Поиск новых клиентов, собственно продажи, документарное оформление сделки. Развитие продаж. Определение психологического типа клиента. Продажа личной встречи, преодоление барьеров. Диагностика возможностей клиента. Диагностика потребностей клиента.
4	Приемы продвижения и продаж.	Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления персональных продаж. Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами. Продажи на основе взаимоотношений. Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий. Техники подготовки и проведения переговоров о продажах. Работа с возражениями клиентов.
5	Среда, в которой реализуются продажи.	Правовые и этические аспекты продаж гостиничного продукта. Условия, в которых осуществляются продажи. Международные продажи. Послепродажное

		обслуживание и формирование сбытовых отношений с внешней общественностью гостиничного хозяйства (туроператорами, турагентствами, турброкерами, туристами).
6	Управление продажами.	Основные функции процесса управления продажами. Отбор, найм и подготовка персонала. Организационная структура отдела продаж. Формирование организационной структуры на основе коммерческой значимости клиентов. Мотивация и подготовка торговых представителей. Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу. Организация работы, контроль и оценка деятельности сбытовой сети (турфирм). Разработка системы мотивации турфирм и оценка эффективности их сбытовой деятельности. Прогнозирование объема продаж. Составление бюджета продаж и его оценка.
7	Оценка эффективности сбытовой деятельности.	Контроль сбытовой деятельности и оценка ее эффективности. Критерии и методы определения эффективности продаж. Направления анализа марочных товаров. Аудит бренда. Анализ рекламной и маркетинговой деятельности. Рейтинги. Модели и методы оценки коммуникативной эффективности продаж. Анализ лояльности покупателей. Конкурентный анализ и конкурентный профиль продукции. Экономическая эффективность сбыта.

4.1.2 Практические занятия (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе.	<i>Содержание занятия:</i> изучение сущности, содержания и развития продаж и их роль в гостиничном бизнесе. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Функции и виды каналов сбыта услуг в гостиничном бизнесе 2. Прямые продажи индивидуальным потребителям 3. Организация прямых продаж корпоративным структурам 4. Организация продаж через туристических посредников 5. Принципы построения каналов сбыта гостиничного предприятия 6. Сущность сбытовой политики отеля 7. Этапы разработки сбытовой политики
2	Покупка гостиничного продукта потребителем.	<i>Содержание занятия:</i> изучение методов и форм покупки гостиничного продукта туристами. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Различия в покупательском поведении потребителей и организаций 2. Покупательское поведение потребителя 3. Факторы, влияющие на процесс принятия решения потребителями 4. Покупательское поведение организации

		5. Факторы, влияющие на покупательское поведение организации 6. Развитие практики закупок 7. Управление взаимоотношениями 8. Поиск потенциальных потребителей гостиничных услуг
3	Разработка стратегии продвижения и продаж	<i>Содержание занятия:</i> изучение стратегий продвижения и продаж в гостиничном бизнесе. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Продажи и маркетинговое планирование 2. Процесс планирования 3. Разработка маркетинговых планов. Место продаж в маркетинговом плане. 4. Применение электронного маркетинга и электронной коммерции в системе распределения и продвижения гостиничного предприятия 5. Маркетинговые коммуникации, особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. 6. Реклама в индустрии гостеприимства – роль, значение, виды. 7. Разработка рекламной программы гостиничного предприятия, эффективность рекламы. 8. Сайт гостиничного предприятия как элемент продвижения гостиничных продуктов.
4	Приемы продвижения и продаж	<i>Содержание занятия:</i> изучение приемов продвижения и продаж. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления персональных продаж. 2. Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами. 3. Продажи на основе взаимоотношений. 4. Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий. 5. Организация процесса делового общения 6. Организация презентации товара/услуги 7. Организация работы с возражениями
5	Среда, в которой реализуются продажи	<i>Содержание занятия:</i> изучение среды, в которой реализуются продажи. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Ситуационные и управленческие факторы, влияющие на продажи. 2. Промышленные/коммерческие продажи и продажи органам власти 3. Продажи для перепродажи 4. Услуги, связанные с продажами. Стимулирование продаж. 5. Выставки. 6. Международные продажи 7. Правовые и этические аспекты продаж.

6	Управление продажами	<i>Содержание занятия:</i> изучение методов управления продажами. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Основные понятия и содержание планирования продаж 2. Построение отдела продаж 3. Отбор, найм и подготовка персонала. 4. Мотивация сотрудников отдела продаж 5. Контроль деятельности отдела продаж. 6. Методы оценки персонала отдела продаж 7. Основные функции процесса управления продажами. 8. Мотивация и подготовка торговых представителей. 9. Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу. 10. Прогнозирование объема продаж. 11. Составление бюджета сбыта и его оценка. 12. Методы планирования продаж 13. Построение воронки продаж
7	Оценка эффективности сбытовой деятельности	<i>Содержание занятия:</i> изучение тенденций оценки эффективности сбытовой деятельности. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Критерии и методы определения эффективности продаж. 2. Анализ рекламной и маркетинговой деятельности. 3. Модели и методы оценки коммуникативной эффективности продаж. 4. Анализ лояльности покупателей. 5. Конкурентный анализ и конкурентный профиль продукции. 6. Экономическая эффективность сбыта.

4.1.2 Практические занятия (заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе.	-
2	Покупка гостиничного продукта потребителем.	-
3	Разработка стратегии продвижения и продаж	<i>Содержание занятия:</i> изучение стратегий продвижения и продаж в гостиничном бизнесе. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Продажи и маркетинговое планирование 2. Процесс планирования 3. Разработка маркетинговых планов. Место продаж в маркетинговом плане. 4. Применение электронного маркетинга и электронной коммерции в системе распределения и продвижения гостиничного предприятия 5. Маркетинговые коммуникации, особенности

		формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. 6. Реклама в индустрии гостеприимства – роль, значение, виды. 7. Разработка рекламной программы гостиничного предприятия, эффективность рекламы. 8. Сайт гостиничного предприятия как элемент продвижения гостиничных продуктов.
4	Приемы продвижения и продаж.	<i>Содержание занятия:</i> изучение приемов продвижения и продаж. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления персональных продаж. 2. Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами. 3. Продажи на основе взаимоотношений. 4. Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий. 5. Организация процесса делового общения 6. Организация презентации товара/услуги 7. Организация работы с возражениями
5	Среда, в которой реализуются продажи.	-
6	Управление продажами.	<i>Содержание занятия:</i> изучение методов управления продажами. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Основные понятия и содержание планирования продаж 2. Построение отдела продаж 3. Отбор, найм и подготовка персонала. 4. Мотивация сотрудников отдела продаж 5. Контроль деятельности отдела продаж. 6. Методы оценки персонала отдела продаж 7. Основные функции процесса управления продажами. 8. Мотивация и подготовка торговых представителей. 9. Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу. 10. Прогнозирование объема продаж - Составление бюджета сбыта и его оценка. 11. Методы планирования продаж 12. Построение воронки продаж
7	Оценка эффективности сбытовой деятельности.	<i>Содержание занятия:</i> изучение тенденций оценки эффективности сбытовой деятельности. <i>Вопросы для обсуждения:</i> 1. Критерии и методы определения эффективности продаж. 2. Анализ рекламной и маркетинговой деятельности. 3. Модели и методы оценки коммуникативной эффективности продаж. 4. Анализ лояльности покупателей.

		5. Конкурентный анализ и конкурентный профиль продукции. 6. Экономическая эффективность сбыта.
--	--	---

4.1.3 Лабораторные занятия (не предусмотрены планом)

4.1.4 Самостоятельная работа студента (очная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
2	Покупка гостиничного продукта потребителем.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
3	Разработка стратегии продвижения и продаж	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
4	Приемы продвижения и продаж.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
5	Среда, в которой реализуются продажи.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
6	Управление продажами.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
7	Оценка эффективности сбытовой деятельности.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.

4.1.4 Самостоятельная работа студента (заочная форма)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной

		литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
2	Покупка гостиничного продукта потребителем.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
3	Разработка стратегии продвижения и продаж	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
4	Приемы продвижения и продаж.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
5	Среда, в которой реализуются продажи.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
6	Управление продажами.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.
7	Оценка эффективности сбытовой деятельности.	Подготовка к практическим занятиям включает: проработку лекций, чтение профессиональной литературы, периодических изданий; ответы на теоретические вопросы по теме; подготовку к дискуссии по теме.

4.1.5 Интерактивные формы занятий

Занятия в интерактивной форме учебным планом не предусмотрены

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. Гостиничный маркетинг: теория и практика максимизации продаж: учебное пособие / А.Л. Лесник. – М.: КНОРУС, 2015. – 232 с. — Текст : непосредственный.
2. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К : Ай Пи Эр Медиа, 2020. – 183 с. – ISBN 978-5-394-03566-1. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/90239.html>(дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3. Мазилкина Е. И. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие / Е. И. Мазилкина – М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 207 с. — Текст : непосредственный.
4. Корнеевец, В. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебное пособие /

В. С. Корнеев, Л. В. Семенова, И. И. Драгилева. – 2-е изд. – Калининград : Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, 2011. – 172 с. – ISBN 978-5-9971-0179-4. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/24106.html> (дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

5. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 1071 с. : табл., граф., ил, сх. – (Зарубежный учебник). – ISBN 978-5-238-01263-6. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885>(дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

6. Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для бакалавров / Л. В. Семенова, В. С. Корнеев, И. И. Драгилева. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К : Ай Пи Эр Медиа, 2021. – 204 с. – ISBN 978-5-394-04356-7. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/102273.html> (дата обращения 25.08.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4.2.2 Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№ п/п	Наименование СПБД
1	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001–. – https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub . – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный
2	IPRbooks : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание « www.iprbookshop.ru ». – Саратов, [2010-]. – URL: http://www.iprbookshop.ru/). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3	Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки (diss/rsl.ru)(доступ осуществляется с компьютеров, находящихся в читальном зале библиотеки).
Наименование ИИС	
1	Справочная правовая система «Консультант Плюс» - www.consultant.ru ;
2	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, [2017-]. – URL: http://lib.sutr.ru/ – Текст : электронный.

4.2.3 Нормативные документы (при наличии)

Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462

Федеральный закон "О защите прав потребителей" (последняя редакция) Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305

Федеральный закон "О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию" от 15.08.1996 N 114-ФЗ (последняя редакция) Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376

Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

Гражданский кодекс Российской Федерации часть 2 (ГК РФ ч.2) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/

Постановление Правительства РФ от 18.07.2007 N 452 (ред. от 30.11.2018) "Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта" [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_69931/

4.2.4 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№ п/п	Наименование интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1	Сайт журнала «Маркетинг» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: www.4p.ru
2	Сайт журнала «Практический маркетинг» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: www.cfin.ru/press/
3	Сайт журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: www.grebennikon
4	Сайт журнала «Маркетинг в России и за рубежом» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: www.mavriz.ru
5	Официальный сайт Гильдии маркетологов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: www.marketologi.ru
6	Официальный сайт АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России) и РАРА (Российской ассоциации рекламных агентств) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: www.akarussia.ru
7	Сайт журнала «Стратегии развития бизнеса» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: www.marketolog.info
8	Сайт журнала «Новый маркетинг» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: www.new-marketing.ru
9	Крупный образовательный портал, созданный для обучения начинающих специалистов практическим основам маркетинга, брендинга и рекламы (на портале представлены шаблоны по маркетингу [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: www.powerbranding.ru
10	Новостной сайт «Турпром» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.tpnews.ru
11	Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://www.russiatourism.ru
12	Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://ratanews.ru
13	Портал для турагентов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://ural.turprofi.ru
14	Тонкости туризма [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://tonkosti.ru/
15	Туристический бизнес [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://profi.travel.ru
16	Литература по теории туризма [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: http://tourlib.net/books_tourism

4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разработаны оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (экзамен):

1. Функции и виды каналов сбыта услуг в гостиничном бизнесе
2. Прямые продажи индивидуальным потребителям
3. Организация прямых продаж корпоративным структурам
4. Организация продаж через туристических посредников
5. Принципы построения каналов сбыта гостиничного предприятия
6. Сущность сбытовой политики отеля
7. Этапы разработки сбытовой политики
8. Различия в покупательском поведении потребителей и организаций
9. Покупательское поведение потребителя
10. Факторы, влияющие на процесс принятия решения потребителями
11. Покупательское поведение организации
12. Факторы, влияющие на покупательское поведение организации
13. Развитие практики закупок
14. Управление взаимоотношениями
15. Поиск потенциальных потребителей гостиничных услуг
16. Продажи и маркетинговое планирование
17. Процесс планирования
18. Разработка маркетинговых планов Место продаж в маркетинговом плане.
19. Применение электронного маркетинга и электронной коммерции в системе распределения и продвижения гостиничного предприятия
20. Маркетинговые коммуникации, особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий.
21. Реклама в индустрии гостеприимства – роль, значение, виды.
22. Разработка рекламной программы гостиничного предприятия, эффективность рекламы.
23. Сайт гостиничного предприятия как элемент продвижения гостиничных продуктов.
24. Сфера ответственности при продажах и подготовка к продажам. Навыки и умения для осуществления персональных продаж.
25. Продажи ключевым клиентам и управление этими клиентами.
26. Продажи на основе взаимоотношений.
27. Использование для продаж приемов прямого маркетинга и информационных технологий.
28. Организация процесса делового общения
29. Организация презентации товара/услуги
30. Организация работы с возражениями
31. Ситуационные и управленческие факторы, влияющие на продажи.
32. Промышленные/коммерческие продажи и продажи органам власти
33. Продажи для перепродажи
34. Услуги, связанные с продажами. Стимулирование продаж.
35. Выставки.
36. Международные продажи

37. Правовые и этические аспекты продаж.
38. Основные понятия и содержание планирования продаж
39. Построение отдела продаж
40. Отбор, найм и подготовка персонала.
41. Мотивация сотрудников отдела продаж
42. Контроль деятельности отдела продаж.
43. Методы оценки персонала отдела продаж
44. Основные функции процесса управления продажами.
45. Мотивация и подготовка торговых представителей.
46. Организация деятельности торговых представителей и вознаграждение за их работу.
47. Прогнозирование объема продаж Составление бюджета сбыта и его оценка.
48. Методы планирования продаж
49. Построение воронки продаж
50. Критерии и методы определения эффективности продаж.
51. Анализ рекламной и маркетинговой деятельности.
52. Модели и методы оценки коммуникативной эффективности продаж.
53. Анализ лояльности покупателей.
54. Конкурентный анализ и конкурентный профиль продукции.
55. Экономическая эффективность сбыта.
56. Типы возражений клиентов и способы их преодоления при проведении личной продажи гостиничных услуг.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные понятия и категории по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

При подготовке к экзамену с оценкой следует руководствоваться РПД. Студент

должен иметь в виду, что некоторые вопросы и темы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На экзамене студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на экзамене студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент затрудняется с самостоятельным изложением материала, то преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студентов к полному высказыванию по данной теме в случае, если ответы на эту тему исчерпывают тему, оценка за ответ снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и написания курсовой работы, проекта, реферата;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной и курсовой работы, проекта.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются (указать при наличии нижеперечисленных пунктов):

- наличие помещения для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, тем рефератов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;

обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы (например, методические указания по выполнению курсовых проектов, работ, РГР, контрольных работ, сборники тестовых заданий, сборники задач по дисциплине).

Дисциплина обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся по дисциплине обеспечен учебно-методической литературой.

5.3 Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого

мышления.

Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

При обучении дисциплине используется следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, отвечающей всем установленным нормам и требованиям, учебно-наглядными материалами (стенды, презентации по дисциплине, видеофильмы), техническими средствами обучения.

2. Помещение для самостоятельной работы: библиотека, читальный зал: помещение для самостоятельной работы: столы, стулья. Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» с обеспечением доступа в ЭИОС филиала.

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Перечень ПО
1	Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level
2	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3	Dr.Web Desktop Security Suite, LBW-BC-12M-65-A-1
4	Программа ЕхаHotel
5	АСУ гостиницей «Эдельвейс»
6	ПО Корс-Софт «Мини-Отель Плюс»
7	ПО Корс-Софт «Мини-Кулинария»

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС филиала СГУ в г. Анапе.

5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины,

адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

Приложение к рабочей программе дисциплины
Б1.О.29 Технологии продвижения и продаж в гостиничном бизнесе

Шифр и направление подготовки	<u>43.03.03 «Гостиничное дело»</u>
Квалификация (степень) выпускника	<u>Бакалавр</u>
Профиль подготовки бакалавра	<u>«Гостиничная деятельность»</u>

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Б1.О.29 Технологии продвижения и продаж в гостиничном бизнесе

наименование дисциплины по учебному плану

Дисциплина обязательной части учебного плана

статус дисциплины

Очная, заочная

форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	4/144
Цель изучения дисциплины	подготовить студентов к практическому использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг, раскрыть методы и приемы ведения продаж гостиничных услуг на внутренних и международных рынках, способы организации и проведения рекламы, мероприятий Public Relations и Publicity в гостиничной индустрии.
Содержание дисциплины (основные темы, разделы, модули)	1. Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе. 2. Покупка гостиничного продукта потребителем. 3. Разработка стратегии продвижения и продаж 4. Приемы продвижения и продаж. 5. Среда, в которой реализуются продажи. 6. Управление продажами. 7. Оценка эффективности сбытовой деятельности.
Формируемые компетенции (коды)	УК – 1; ОПК-4
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	УК – 1.1 Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач УК – 1 .2 Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности УК – 1.3 Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений ОПК-4.1 Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов ОПК-4.2 Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с

	помощью онлайн технологий ОПК-4.3 Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Б1.О.01 Философия Б1.О.09 Математика Б1.В.05 Управление и развитие курортных объектов размещения Б1.В.08 Организация гостиничного дела Б1.В.10 Технологии гостиничной деятельности Б2.О.02(Пд) Преддипломная практика Б1.О.27 Курортография
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа, консультации
Форма промежуточной аттестации (экзамен, зачет с оценкой, зачет)	экзамен