



УТВЕРЖДЕНО:
Педагогическим советом Колледжа

Протокол №4 от «24» февраля 2021 г.
с изм. Протокол №5 от 5 апреля 2021г.
с изм. Протокол №6 от 18 июня 2021г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг


основной профессиональной образовательной программы среднего
профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего
звена
по специальности: *43.02.14 Гостиничное дело*
Квалификация: *специалист по гостеприимству*
год начала подготовки: *2021*

Разработчики:

| должность | подпись | ученая степень и звание, ФИО |
|----------------------|---------|------------------------------|
| <i>преподаватель</i> | | <i>Варламова А.В.</i> |

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ППСЗ:

| должность | подпись | ученая степень и звание, ФИО |
|--|---------|------------------------------|
| <i>Руководитель ОПОП 43.02.14.Гостиничное дело</i> | | <i>Варламова А.В.</i> |

| | | |
|---|--|---------------|
|  | ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА» | СМК РГУТИС |
| | | Лист 2 |

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы маркетинга гостиничных услуг»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «**Основы маркетинга гостиничных услуг**» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.14. *Гостиничное дело*.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 1- ОК 5, ОК 9 - ОК 11, ПК 4.1.- ПК 4.3.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

| Код ПК, ОК, ЛР | Умения | Знания |
|-------------------|--|---|
| ПК 4.1. | планировать и прогнозировать продажи | рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта |
| ПК 4.2. | осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг, выделять целевой сегмент клиентской базы собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка, ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж | способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы |



| | | |
|---------|---|--|
| | | бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта |
| ПК 4.3. | оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта. | критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам |
| ОК 1. | распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) | актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной смежных областях; методы работы в профессиональной смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности |
| ОК 2. | Определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации ; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска. | Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации. |



| | | |
|-------|---|--|
| | | |
| ОК 3. | Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития | Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования |
| ОК 4. | Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами | Психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности |
| ОК 5. | грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе | особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений.. |
| ОК 09 | применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение | современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности. |
| ОК 10 | понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы | правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности |
| ОК11 | выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования | основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты |
| ЛР 14 | | |
| ЛР 15 | | |



| | | |
|-------|--|--|
| ЛР 16 | | |
| ЛР 17 | | |
| ЛР 18 | | |
| ЛР 19 | | |
| ЛР 20 | | |
| ЛР 21 | | |

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем в часах |
|---|---------------|
| Объем образовательной программы учебной дисциплины | 92 |
| в т.ч. в форме практической подготовки | - |
| в т. ч.: | |
| теоретическое обучение | 30 |
| лабораторные работы <i>(если предусмотрено)</i> | - |
| практические занятия <i>(если предусмотрено)</i> | 32 |
| курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено для специальностей)</i> | - |
| контрольная работа <i>(если предусмотрено)</i> | - |
| <i>Самостоятельная работа</i> | 10 |
| <i>Консультация</i> | 2 |
| <i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i> | 18 |



2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, практические занятия, лабораторные занятия, семинары, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены) | Объем часов | |
|---|--|---|---|
| 1 | 2 | 3 | |
| Тема 1 Введение в маркетинг гостиничных услуг. | Содержание учебного материала лекций | 6 | |
| | 1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3 |
| | 2 Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3 |
| | 3. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2 |
| | 4. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия. | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2 | |
| Практические занятия | | 4 | |



| | | | |
|--|---|----------|--|
| | Выполнение практических работ – «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства г.Москвы». «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды» | | ПК 4.1 ПК 4.2 |
| Тема 2 Рынок гостиничных услуг. | Содержание учебного материала лекций | 6 | |
| | 1. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | 2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | 3. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2 |
| | 4. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | Практические занятия | 4 | |
| Выполнение практических работ – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг», «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов. | ПК 4.1 ПК 4.2 | | |
| Тема 3. Составляющие | Содержание учебного материала лекций | 4 | |



| | | | |
|------------------------------|--|----------|--|
| комплекса маркетинга. | 1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р). | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | 2. Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | 3. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | 4. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2 |
| | 5. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2 |
| | Практические занятия | | |
| | Выполнение практических работ – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления», «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов». | 4 | ПК 4.1 ПК 4.2 |
| Тема 4 | Содержание учебного материала лекций | 6 | |



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

Лист 10

| | | | |
|---|--|---------------|---|
| Коммуникационная политика гостиничного предприятия | 1. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг). | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | 2. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2 ПК 4.3. |
| | 3. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2 ПК 4.3 |
| | 4. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2 |
| | 5 PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2 |
| | Практические занятия | | |
| Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки для виртуальной гостиницы. Формирование рекламных материалов: брошюр, каталогов, буклетов для виртуальной гостиницы. | 10 | ПК 4.2 | |



| | | | |
|---|--|----------|--|
| | Выполнение практической работы – «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия». | | |
| Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований. | Содержание учебного материала лекций | 6 | |
| | 1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | 2. Основные принципы организации маркетингового исследования (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | 3. Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2 |
| | 4. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2 |
| | 5. Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2 |
| | 6. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2 |



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

Лист 12

| | | | |
|--|--|----------|----------------------------------|
| | | | ПК 4.3. |
| | Практические занятия | 6 | ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет. Сравнительный анализ сайтов гостиниц 4* и 5*. Презентация данных полученных в ходе анкетирования среди сотрудников или гостей гостиницы. | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 6 | ПК 4.1 ПК 4.2 |
| | Разработка анкеты и проведение опроса среди гостей и/или сотрудников гостиницы. Обработка полученных данных. Разработка практических рекомендаций по совершенствованию (не менее 5). | | |
| Тема 6 Конкурентоспособность гостиничного предприятия | Содержание учебного материала лекций | 2 | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2 |
| | 1. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг. | | |
| | 2. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. | | ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2 |
| | Практические занятия | 4 | ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3. |
| | 1. Практическая работа – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению». | | |
| Самостоятельная работа обучающихся | 4 | | |
| Составление словаря терминов. | | | |
| Консультации | | 2 | |



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

Лист 13

| | | |
|---------------------------------|--------------|--|
| | часа | |
| Промежуточная аттестация | 18 | |
| | часов | |
| Всего: | 92 | |
| | часа | |



3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета основ маркетинга.

Оборудование учебного кабинета: специализированная учебная мебель.
ТСО: Переносное видеопроjectionное оборудование.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Основы маркетинга сферы услуг : учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2019. Режим доступа <https://www.book.ru/book/930999>
2. Мазилкина, Е. И. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие / Е.И. Мазилкина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 207 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014060-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1838392>
3. Организация гостиничного дела : учеб. пособие / С.А. Быстров. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. Режим доступа Режим доступа <http://znanium.com/catalog/product/961520>

Дополнительные источники:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 433 с. - ISBN 978-5-394-03753-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091105>

Электронные издания (электронные ресурсы):

1. http://hotel.web-3.ru/intarticles/?act=full&id_article=7830
2. <http://h-code.ru/2009/11/mobile-marketing-in-hotel-business/>
3. <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/249/>
4. <http://prohotel.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения *практических занятий и*



лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

| Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания) | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения |
|---|---|
| <p>Освоение содержания учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» обеспечивает достижение студентами следующих результатов:</p> <ul style="list-style-type: none">• планировать и прогнозировать продажи;• осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;• выделять целевой сегмент клиентской базы;• собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;• ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;• разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;• выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;• проводить обучение персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.• оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;• определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;• разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;• виды каналов сбыта гостиничного продукта.• способы управления доходами гостиницы; | <p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none">– домашние задания проблемного характера;– практические задания/работы– работа в малых группах, выполнение заданий проектного характера;- тестовые задания <p>Промежуточная аттестация: Экзамен</p> |



- особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;
- особенности работы с различными категориями гостей;
- методы управления продажами с учётом сегментации;
- способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
- ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
- принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;
- методы максимизации доходов гостиницы;
- критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
- виды отчетности по продажам;
- нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж;
- перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;
- методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.
- критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;
- виды отчетности по продажам.
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте.
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;



| | |
|--|--|
| <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</p> <ul style="list-style-type: none">• номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.• содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования.• психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности. | |
| ЛР 14. Выполняющий профессиональные навыки в сфере <i>гостиничного дела</i> с учетом специфики субъекта Российской Федерации | |
| ЛР 15. Выполняющий трудовые функции в сфере <i>гостиничного дела</i> | |
| ЛР 16. Способный анализировать производственные ситуации, быстро принимающий решение в нестандартных ситуациях | |
| ЛР 17. Проявляющий интерес и стремление к процессу обучения, непрерывному образованию, владеющий инновационными методами | |
| ЛР 18. Проявляющий качества социально зрелой личности, обладающей четкой социальной позицией и умеющей эффективно применять навыки бесконфликтного общения в профессиональной деятельности | |
| ЛР 19. Демонстрирующий профессиональные навыки в сфере | |



| | |
|---|--|
| <i>гостиничного дела</i> | |
| ЛР. 20. Демонстрирующий нравственные принципы личности и способного выполнять функции гражданина, работника и семьянина. | |
| ЛР 21. Демонстрирующий осознание роли профессионала сферы гостеприимства, чувства ответственности перед выбранной специальностью, высокий уровень адаптации и социализации в современных условиях | |