

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор

Дата подписания: 15.01.2026 15:56:02

Уникальный программный ключ:

c379adf0ad4f91cbbf100b7fc3323cc41cc52545

Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»

Факультет менеджмента туризма
Кафедра менеджмента и экономики

Принято Ученым Советом
25 июня 2025 г.
Протокол № 02-06-02

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор
В.Ю. Питюков
23 июня 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Практикум: операционный маркетинг в гостеприимстве»

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль) «Международный гостиничный менеджмент»
квалификация (степень) выпускника – бакалавр
Б1.В.17

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры
Протокол №10 от 16 июня
2025г.

Рецензент: Перла Я.Н.,
управляющая отелем «Benedict Hotel&SPA»,
ООО «Никольское»

Химки 2025

1. Цели и задачи дисциплины

Учебная дисциплина призвана сформировать у бакалавров общепрофессиональные и профессиональные компетенции в индустрии гостеприимства и сформировать систему знаний, умений и навыков (владений) составления финансовой отчетности и проводить анализ рисков в области своей будущей профессии.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся компетенции ПК-5 средствами дисциплины "Операционный маркетинг в гостеприимстве".

Задачи изучения дисциплины:

1. Иметь практический опыт: изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта; разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;

Формирование у студентов комплекса знаний и практических навыков по продвижению и продажам в специфической области сферы услуг – гостиничной индустрии, необходимых и достаточных как для более углублённого изучения данного профессионального направления, так и для применения их в реальной практике гостиничных предприятий.

2. Развитие у студентов основных навыков, которые должен иметь профессионал гостиничного дела для успешной работы в международной гостиничной индустрии.

3. Обучение студентов умениям применять социальные обязательства в международной гостиничной индустрии на основе их ресурсного обеспечения; оценивать экологическое состояние территории с точки зрения последствий профессиональной деятельности; применять знание законодательства в области экологии в целях сохранения окружающей среды.

4. Содействие для овладения студентами основами формирования социальных отношений в обществе; основами экологической безопасности гостиничной деятельности и окружающей среды.

Задачи дисциплины соотносятся с требованиями профессионального стандарта «Руководитель гостиницы».

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и представленной в ОПОП, и содержанием дисциплины:

Категория (группа) общепрофессио- нальных компетенций	Код и наименование общепрофесси- ональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональ- ной компетенции	Результаты обучения
	ПК-5 способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке	ПК 5.1 Осуществляет сбор и анализ данных о затратах организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания, их структурных подразделений. ПК 5.2 Участвует в разработке планов доходов и расходов организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания. ПК 5.3 Организует оценку экономической эффективности деятельности организаций гостеприимства общественного питания, их структурных подразделений.	Знает особенности организации и государственного регулирования предпринимательской деятельности и методологию взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами гостиничных комплексов и предприятий питания Умеет контролировать и оценивать эффективность деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса и ресторанных предприятий во взаимодействии с потребителями и заинтересованными сторонами международного сотрудничества Владеет способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

3. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Операционный маркетинг в гостеприимстве» относится к части формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. Дисциплина изучается в 7 семестре по очной форме обучения. Компетенции, формируемые дисциплиной, формируются и другими дисциплинами на других этапах обучения

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	36	36	
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	16	16	
занятия семинарского типа (ЗСТ):			
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))			
практические занятия (ЗСТ ПР)	16	16	
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	2	
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)			
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2	
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	72	72	
СРуз -самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям и курсовым проектам (работам)	70	70	
СРпа -самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	2	2	
Промежуточная аттестация	зачет		
Общая трудоемкость дисциплины: часы	108	108	
зачетные единицы	3	3	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов и тем дисциплины

	Тема	Содержание	Формируе мая компетенци я
1	Раздел 1. Введение в продажи в международной гостиничной индустрии		ПК-5
1.1	Маркетинговая деятельность международной гостиничной индустрии	<p>в</p> <p>Маркетинговая деятельность в гостеприимстве: цели, задачи. Служба маркетинга: функции, назначение. Изучение структуры службы продажи и маркетинга, функций отделов и должностных инструкций сотрудников . Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.</p> <p>Типы маркетинга в международной гостиничной индустрии. Рынок: понятие, виды, признаки. Основные рыночные показатели. Изучение состояния и перспектив развития рынка в международной гостиничной индустрии. Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.</p>	ПК-5
1.2	Объекты и субъекты маркетинговой деятельности международной гостиничной индустрии	<p>в</p> <p>Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребность, нужда, спрос их общность и различия. Классификация потребностей в международной гостиничной индустрии. Потребности, удовлетворяемые в гостеприимстве.</p> <p>Классификация субъектов осуществляющих маркетинговую деятельность. Потребители сферы гостеприимства, особенности их поведения Методы изучения и анализа предпочтений потребителя сферы гостеприимства. Определение рыночного жизненного цикла продукта сферы гостеприимства и определение способов его продления. Окружающая среда в</p>	ПК-5

		международной гостиничной индустрии: виды, факторы формирующие окружающую среду предприятия. Макро- и микросреда гостиничного предприятия. Методы формирования базы данных. Изучение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет. Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.	
1.3	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в международной гостиничной индустрии	Виды спроса и их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса в международной гостиничной индустрии. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС) в международной гостиничной индустрии: виды, назначение. Изучение методов формирования спроса и стимулирования спроса в международной гостиничной индустрии. Информационные методы в международной гостиничной индустрии: пропаганда, консультации. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, PR; возможности, достоинства и недостатки. Изучение методов прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности. Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.	ПК-5
1.4	Коммуникационная политика в международной	Особенности формирования коммуникационной политики	ПК-5

	гостиничной индустрии	<p>гостиничных предприятий. Стратегия продвижения гостиничных продуктов и услуг на внутренние и внешние рынки. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды, правовая база. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг). Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирование. «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Организация рекламной кампании в международной гостиничной индустрии. Ознакомление с методикой разработки рекламной программы гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. Правила рекламы. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Изучение методов оценки эффективности рекламы. Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.</p>	
2	Раздел 2. Специальные вопросы продажи в международной гостиничной индустрии		ПК-5
2.1	<p>Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия международной гостиничной индустрии</p>	<p>Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Виды конкуренции и конкурентов в гостиничном бизнесе. Конкурентные преимущества в международной гостиничной индустрии. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Гостиничный продукт и гостиничная услуга: понятие, отличие от</p>	ПК-5

		<p>товара.</p> <p>Показатели конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Качество гостиничного продукта: понятие, показатели, методы оценки. Управление качеством гостиничного продукта. Изучение правил предъявления и рассмотрения претензий по качеству.</p> <p>Этапы жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика РЖЦ гостиничного продукта. Выявление взаимосвязи конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. Критерии оценки конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Ознакомление с методами анализа конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия. Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.</p>	
2.2	Разработка комплекса маркетинга международной гостиничной индустрии	<p>Понятия комплекса маркетинга в международной гостиничной индустрии, его базовые элементы: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение. Определение понятий «гостиничный продукт», «гостиничная услуга». Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования комплексного гостиничного продукта. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта. Изучение факторов, влияющих на разработку и объем продаж гостиничного продукта. Разработка гостиничного продукта на основе маркетингового подхода. Позиционирование гостиничных продуктов и услуг. Понятие ассортимента гостиничных продуктов и услуг, ассортиментной политики гостиницы. Показатели широты, глубины и насыщенности ассортимента.</p>	ПК-5

		<p>Особенности товарной политики гостиницы. Номенклатура услуг в гостинице. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Особенности продажи номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, особенности ценообразования в гостиничном бизнесе. Выбор методов ценообразования. Ценообразование на различных типах рынка. Анализ ценовой политики конкурентов. Изучение методики расчета базисной цены гостиничного продукта. Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок. Система продвижения и каналы распределения гостиничных услуг. Каналы сбыта гостиничных услуг. Прямые продажи, агентские продажи. Ознакомление с техникой продаж гостиничных продуктов. Стимулирование сбыта: понятие, виды. Выбор средств и методов сбыта. Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.</p>	
2.3	Технологии продажи в международной гостиничной индустрии	<p>Личная продажа в международной гостиничной индустрии. Определение потенциальных клиентов гостиничных предприятий. Подготовка торговой презентации. Проведение торговой презентации: открытие презентации, вовлечение клиента в процесс презентации, презентация гостиничных услуг, преодоление возражений клиента, закрытие презентации и последующая работа с клиентом. Повышение производительности продаж в гостиничной индустрии. Телефонная продажа услуг в гостиничной индустрии. Основы общения по телефону. Телефонный этикет. Продажа продукции</p>	ПК-5

		и услуг ресторанов и баров. Позиционирование ресторанов и баров. Мерчандайзинг блюд и напитков. Продвижение продукции и услуг ресторанов и баров. Организация возвратного бизнеса. Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.	
--	--	---	--

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий
Очная форма обучения

	Наименование разделов (модулей) и тем дисциплины	Формир	Всего часов	Контактные занятия с обучающимися (час.)				СРуз	
				Итого	в том числе				
					ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)		
	Всего часов учебных занятий	ПК-5	108	36	16		16	82	
1	Раздел 1. Введение в продажи в международной гостиничной индустрии	ПК-5	52	16	8		8	36	
1.1	Маркетинговой деятельности международной гостиничной индустрии	ПК-5	10	4	2		2	6	
1.2	Объекты и субъекты маркетинговой деятельности в международной гостиничной индустрии	ПК-5	14	4	2		2	10	
1.3	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в международной гостиничной индустрии	ПК-5	14	4	2		2	10	

1.4.	Коммуникационная политика гостиничного предприятия в международной гостиничной индустрии	ПК-5	14	4	2		2	10
2	Раздел 2. Специальные вопросы продажи в международной гостиничной индустрии	ПК-5	48	14	8		8	34
2.1	Маркетинговая деятельность в международной гостиничной индустрии	ПК-5	14	4	2		2	10
2.2	Объекты и субъекты маркетинговой деятельности в международной гостиничной индустрии	ПК-5	14	4	2		2	10
2.3	Технологии продажи в международной гостиничной индустрии	ПК-5	20	6	4		4	14
	ГК		2					
	ПАконт		2					
	Српа		2					

6. Контактная и самостоятельная работа обучающихся

6. Перечень учебно-методического обеспечения для контактной и самостоятельной работы обучающихся

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации).

Занятия лекционного типа проводятся в соответствии с объемом и содержанием представленным в таблице раздела 5.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых

игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, содержание дисциплины (модуля) составлено на основе результатов научных исследований, проводимых РМАТ, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

6.1. Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)

Раздел 1. Введение в продажи в международной гостиничной индустрии

Цель раздела: Содействие студентам в овладении навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ПК-5); умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-5).

Тема 1.1. Маркетинговая деятельность в международной гостиничной индустрии

Трудоемкость занятия: 2 часа.

Компетенции:

ПК-5 способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке

Тип занятия: Практическая работа.

Форма проведения: Интерактивное занятие.

Учебное задание:

1. Решите следующие Кейс-задачи:

- Определите рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и определение способов его продления.

- Обоснуйте способы определения доли, емкости и конъюнктуры рынка.

- Разработайте алгоритм определения целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.

2. Разработайте и защитите групповую презентацию на тему: Служба маркетинга: функции, назначение.

3. Обсудите в ходе групповой дискуссии вопросы:

- Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.

- Возможности освоения новых сегментов рынка.

- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и

способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

4. Подготовьте доклады и рефераты по темам:

- Понятие емкости и доли рынка гостиничных услуг.

- Система социологических исследований в гостиничном бизнесе;

- Сегментирование гостиничного рынка, характеристика основных признаков сегментации.

- Позиционирование гостиничных продуктов и услуг, понятие и значение.

Тема 1.2. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности в международной гостиничной индустрии

Трудоемкость занятия: 2 часа.

Компетенции:

ПК-5 способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке

Тип занятия: Практическая работа.

Форма проведения: Интерактивное занятие.

Учебное задание:

1. Разработать тему и представить ее в виде групповой презентации

Темы:

- Основные компетенции сотрудников отдела продаж и маркетинга.

- Требования к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками.

- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

2. Решите следующие Кейс-задачи:

- Установите основные виды потребностей и товаров - как средств их удовлетворения.

- Выявите потребности целевой группы потребителей на гостиничные услуги.

3. Напишите Эссе на тему: Особенности поведения потребителей услуг.

4. Выполните групповой проект на тему Разработка практических рекомендаций по

формированию спроса.

5. Подготовка сообщений по темам:

- Психологические модели покупательских мотиваций.
- Модели кросс-культурного поведения в гостиничном бизнесе.
- Сегментация клиентов.
- Формирование пакетов гостиничных услуг.

Тема 1.3. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в международной гостиничной индустрии

Трудоемкость занятия: 2 часа.

Компетенции:

ПК-5 способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке

Тип занятия: Практическая работа.

Форма проведения: Интерактивное занятие.

Учебное задание:

1. Реализуйте групповой проект:

- Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей.

Анализ результатов опроса.

- Создание базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков.

- Анализ информации о рынке предложений гостиничных продуктов. Работать с информационным и справочным материалом.

2. Решите кейс:

- Изучение и апробация методов ФОССТС.
- Определение оптимальных методов ФОСТИС.

3. Разработайте и защитите групповую презентацию на тему:

- Позиционирование гостиничного продукта.

- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Тема 1.4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия в международной

гостиничной индустрии

Трудоемкость занятия: 2 часа.

Компетенции:

ПК-5 способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке

Тип занятия: Практическая работа.

Форма проведения: Интерактивное занятие.

Учебное задание:

1. Напишите эссе на тему:

- Составление рекламных текстов на услуги гостиницы.
- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.
- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

2. Реализуйте групповые проекты на тему:

- Анализ окружающей среды гостиничного предприятия.
- Подготовка программы участия в выставке.
- Составление плана проведения рекламной компании.

3. Обсудите в ходе групповой дискуссии вопросы:

- Выбор средства распространения рекламы. Определение эффективности рекламы.
- Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.).
- Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки.

4. Решите кейсы:

- Анализ сайтов гостиничных предприятий.
- Изучение составляющих фирменного стиля гостиничного предприятия.

Раздел 2. Специальные вопросы продажи в международной гостиничной индустрии

Цель раздела: Содействие студентам в овладении навыками составления финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем (ПК-5); умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том

числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-5).

Тема 2.1. Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия в международной гостиничной индустрии

Трудоемкость занятия: 2 часа.

Компетенции:

ПК-5 Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке.

Тип занятия: Практическая работа.

Форма проведения: Интерактивное занятие.

Учебное задание:

1. Выполните в группе проекты на тему:

- Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. Овладение методикой SWOT анализа.

- Проведение оценки качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству.

- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

2. Решите кейсы:

- Оценка конкурентоспособности организации и установление её конкурентных преимуществ.

- Конкуренция на рынке гостиничных услуг.

3. Подготовьте и защитите групповые презентации:

- Антимонопольное законодательство.

- Государственная программа поддержки малого предпринимательства.

- Определение конкурентов гостиничного предприятия в целевом сегменте рынка.

- Выявление факторов продуктовой политики гостиничного предприятия.

Тема 2.2. Разработка комплекса маркетинга в международной гостиничной индустрии

Трудоемкость занятия: 2 часа.

Компетенции:

ПК-5 Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые

бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке;

Тип занятия: Практическая работа.

Форма проведения: Интерактивное занятие.

Учебное задание:

1. Выполните в группе проект на тему:

- Разработка программы по организации и реализация сбытовой политики в предприятиях сферы гостеприимства.

- Разработка гостиничного продукта и определение его характеристик и оптимальную номенклатуру услуг.

- Составление аналитической таблицы "пути выбора посредников в гостиничном бизнесе и организации взаимодействия с ними"

2. Решение ситуационных задач на определение оптимальных каналов сбыта гостиничного продукта.

3. Обсудите в рамках групповой дискуссии вопросы:

- Определение каналов распространения товаров и услуг.

- Определение стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.

4. Разработайте проблему и представьте ее решение в виде групповой презентации:

- Определение себестоимости и стоимость гостиничного продукта.

- Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики конкурентов.

- Сбытовая стратегия гостиниц категории 5 звезд.

- Сбытовая стратегия гостиниц категории 3 звезды.

5. Подготовка докладов и рефератов по темам:

- Стратегия гостиницы в области товарной политики.

- Формирование сбытовой стратегии гостиничного предприятия.

- Разработка программ стимулирования сбыта, оценка результатов.

- Разработка гостиничных продуктов- новинок.

- Методы стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций.

- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Тема 2.3. Технологии продажи в международной гостиничной индустрии

Трудоемкость занятия: 2 часа.

Компетенции:

ПК-5 Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке;

Тип занятия: Практическая работа.

Форма проведения: Интерактивное занятие.

Учебное задание:

1. Подготовьте в группе и защитите презентацию на тему:

- История развития сервиса.
- Принципы классификации услуг и их характеристики.
- Теория организации обслуживания.
- Особенности формирования клиентурных отношений.

2. Разработайте проект на тему:

- Технологии выявления потребности потребителя.
- Технологии работы в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности.
- Методы выявления потребностей потребителя.
- Приемы обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности.
- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

3. Обсудите в ходе групповой дискуссии вопросы:

- Возможности и принципы использования современной компьютерной техники в глобальных компьютерных сетях при решении практических задач в профессиональной гостиничной деятельности.

- Реклама на радио: выбор радиостанции; разработка рекламного обращения для радио; стоимость рекламы на радио; анализ эффективности рекламной кампании на радио.

- Реклама на телевидении: выбор телекомпании; разработка рекламного обращения для телевидения; стоимость рекламы на телевидении; измерение эффективности рекламной кампании на телевидении.

- Видеореклама: видеоброшюры, видеожурналы.

- Компьютерная реклама в гостиничной индустрии – перспективный вид рекламы.

Групповая консультация

Трудоемкость занятия: 2 часа

Компетенции:

ПК-5 Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке;

Тип занятия: групповая и индивидуальная консультация

Форма проведения: групповая дискуссия

Групповая консультация проводится в форме групповой дискуссии и посвящена обсуждению наиболее проблемных и актуальных вопросов дисциплины. Обсуждаются актуальные новости индустрии в контексте тематики разделов дисциплины.

6.2. Самостоятельная работа обучающихся

Задания для самостоятельной работы студента:

Тема 1.1. Маркетинговой деятельности в международной гостиничной индустрии

Вид работы: Подготовка к групповой дискуссии. Подготовка к групповой презентации.

Выполнение кейса. Подготовка докладов и рефератов.

1. Кейс-задачи:

- Определите рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и определение способов его продления.

- Обоснуйте способы определения доли, емкости и конъюнктуры рынка.

- Разработайте алгоритм определения целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.

2. Групповая презентация на тему: Служба маркетинга: функции, назначение.

3. Вопросы групповой дискуссии:

- Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.

- Возможности освоения новых сегментов рынка.

- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

4. Доклады и рефераты по темам:

- Понятие емкости и доли рынка гостиничных услуг.
- Система социологических исследований в гостиничном бизнесе;
- Сегментирование гостиничного рынка, характеристика основных признаков сегментации.
- Позиционирование гостиничных продуктов и услуг, понятие и значение.

Тема 1.2. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности в международной гостиничной индустрии

Вид работы: Подготовка проекта. Подготовка к групповой презентации. Выполнение кейса. Подготовка сообщения. Подготовка эссе.

Групповой проект на тему Разработка практических рекомендаций по формированию спроса.

Темы групповой презентации:

- Основные компетенции сотрудников отдела продаж и маркетинга.
- Требования к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками.
- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.
- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Кейс-задачи:

- Установите основные виды потребностей и товаров - как средств их удовлетворения.
- Выявите потребности целевой группы потребителей на гостиничные услуги.

Темы сообщений:

- Психологические модели покупательских мотиваций.
- Модели кросс-культурного поведения в гостиничном бизнесе.
- Сегментация клиентов.
- Формирование пакетов гостиничных услуг.

Эссе на тему: Особенности поведения потребителей услуг.

Тема 1.3. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в международной гостиничной индустрии

Вид работы: Подготовка проекта. Подготовка к групповой презентации. Выполнение кейса.

Темы группового проекта:

- Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей.

Анализ результатов опроса.

- Создание базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков.
- Анализ информации о рынке предложений гостиничных продуктов. Работать с информационным и справочным материалом.

Кейсы:

- Изучение и апробация методов ФОССТС.
- Определение оптимальных методов ФОСТИС.

Групповая презентация на тему:

- Позиционирование гостиничного продукта.
- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.
- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Тема 1.4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия в международной гостиничной индустрии

Вид работы: Подготовка проекта. Подготовка к групповой дискуссии. Выполнение кейса.

Подготовка эссе.

Тема эссе: Составление рекламных текстов на услуги гостиницы.

Тема группового проекта:

- Анализ окружающей среды гостиничного предприятия.
- Подготовка программы участия в выставке.
- Составление плана проведения рекламной компании.

Вопросы групповой дискуссии:

- Выбор средства распространения рекламы. Определение эффективности рекламы.
- Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.).
- Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки.

Кейсы:

- Анализ сайтов гостиничных предприятий.
- Изучение составляющих фирменного стиля гостиничного предприятия.
- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Раздел 2. Специальные вопросы продажи в международной гостиничной индустрии

Тема 2.1. Маркетинговой деятельности в международной гостиничной индустрии

Вид работы: Подготовка проекта. Подготовка к групповой презентации. Выполнение кейса.

Темы группового проекта:

- Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. Овладение методикой SWOT анализа.

- Проведение оценки качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству.

- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.

- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Кейсы:

- Оценка конкурентоспособности организации и установление её конкурентных преимуществ.
- Конкуренция на рынке гостиничных услуг.

Темы групповой презентации:

- Антимонопольное законодательство.
- Государственная программа поддержки малого предпринимательства.
- Определение конкурентов гостиничного предприятия в целевом сегменте рынка.
- Выявление факторов продуктовой политики гостиничного предприятия.

Тема 2.2. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности в международной гостиничной индустрии

Вид работы: Подготовка проекта. Выполнение кейса. Подготовка к групповой презентации.

Подготовка к дискуссии. Подготовка докладов и рефератов.

Темы группового проекта:

- Разработка программы по организация и реализация сбытовой политики в предприятиях сферы гостеприимства.

- Разработка гостиничного продукта и определение его характеристик и оптимальную номенклатуру услуг.

- Составление аналитической таблицы "пути выбора посредников в гостиничном бизнесе и организации взаимодействия с ними"

Кейс на определение оптимальных каналов сбыта гостиничного продукта.

Вопросы групповой дискуссии:

- Определение каналов распространения товаров и услуг.
- Определение стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.

Темы групповой презентации:

- Определение себестоимости и стоимость гостиничного продукта.
- Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики конкурентов.
- Сбытовая стратегия гостиниц категории 5 звезд.
- Сбытовая стратегия гостиниц категории 3 звезды.

Темы докладов и рефератов:

- Стратегия гостиницы в области товарной политики.
- Формирование сбытовой стратегии гостиничного предприятия.
- Разработка программ стимулирования сбыта, оценка результатов.
- Разработка гостиничных продуктов- новинок.
- Методы стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций.
- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.
- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Тема 2.3. Технологии продажи в международной гостиничной индустрии

Вид работы: Подготовка проекта. Подготовка к групповой презентации. Подготовка к дискуссии.

Темы групповой презентации:

- История развития сервиса.
- Принципы классификации услуг и их характеристики.
- Теория организации обслуживания.
- Особенности формирования клиентурных отношений.

Темы групповых проектов:

- Технологии выявления потребности потребителя.
- Технологии работы в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности.
- Методы выявления потребностей потребителя.
- Приемы обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности.

Вопросы групповой дискуссии:

- Возможности и принципы использования современной компьютерной техники в глобальных компьютерных сетях при решении практических задач в профессиональной гостиничной деятельности.
- Реклама на радио: выбор радиостанции; разработка рекламного обращения для радио; стоимость рекламы на радио; анализ эффективности рекламной кампании на радио.
- Реклама на телевидении: выбор телекомпании; разработка рекламного обращения для телевидения; стоимость рекламы на телевидении; измерение эффективности рекламной кампании на телевидении.
- Видеореклама: видеоброшюры, видеожурналы.
- Компьютерная реклама в гостиничной индустрии – перспективный вид рекламы.
- Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем.
- Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

6.3. Примерная тематика курсовых проектов (работ) и методические указания по их выполнению

Курсовой проект не предусмотрен.

6.4. Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и подготовке к промежуточной аттестации

Методические рекомендации по самостоятельной работе составлены с целью оптимизации процесса освоения обучающимися учебного материала.

Самостоятельная работа обучающегося направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы и предполагает изучение литературных источников, выполнение домашних заданий и контрольных работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе материалов, публикуемых в интернете, а также реальных фактов, личных наблюдений.

Самостоятельная работа обучающегося над усвоением материала по дисциплине может выполняться в читальном зале РМАТ, специально отведенных для самостоятельной работы помещениях, посредством использования электронной библиотеки и ЭИОС РМАТ.

Содержание и количество самостоятельной работы обучающегося определяется учебным планом, методическими материалами и указаниями преподавателя.

Также самостоятельная работа включает подготовку и анализ материалов по темам

пропущенных занятий.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время включает:

- 1) работу с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций;
- 2) изучение учебной и научной литературы;
- 3) поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, написание доклада, исследовательской работы по заданной проблеме;
- 4) выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;
- 5) подготовку к практическим занятиям;
- 6) подготовка к промежуточной аттестации.

В зависимости от выбранных видов самостоятельной работы студенты самостоятельно планируют время на их выполнение. Предлагается равномерно распределить изучение тем учебной дисциплины.

Методические рекомендации по самостоятельной работе составлены с целью оптимизации процесса освоения учебного материала студентами. Даны пожелания по организации аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы студентов с учебным материалом, раскрыты методические принципы освоения содержания учебной дисциплины.

Для обеспечения систематической и регулярной работы по изучению дисциплины и успешного прохождения промежуточных и итоговых контрольных испытаний студенту рекомендуется придерживаться следующего порядка обучения:

1. Самостоятельно определить объем времени, необходимого для проработки каждой темы.
2. Регулярно изучать каждую тему дисциплины, используя различные формы индивидуальной работы.
3. Согласовывать с преподавателем виды работы по изучению дисциплины.
4. По завершении отдельных тем передавать выполненные работы (рефераты, эссе) преподавателю.

При успешном прохождении рубежных контрольных испытаний студент может претендовать на сокращение программы промежуточной (итоговой) аттестации по дисциплине.

Важнейшим условием успешного освоения материала является планомерная работа обучающегося. Поэтому начинать подготовку к зачету по дисциплине следует с первого занятия.

Для успешной сдачи зачета студентам рекомендуется соблюдать следующие правила:

- подготовка к зачету должна быть системной в течение всего семестра;
- наиболее интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до зачета: необходимо распределить вопросы к зачету таким образом, чтобы успеть выучить или повторить их полностью до начала сессии;

- за 2-3 дня до зачета рекомендуется повторить все вопросы. Накануне зачета рекомендуется повторить весь курс в целом, чтобы систематизировать материал, а также доучить некоторые вопросы (как показывает опыт, именно этого дня обычно не хватает для полного повторения курса).

7. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине разработан в соответствии с Методическими рекомендациями и является основной частью ОПОП.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1 Основная литература

ЭБС:

Основы менеджмента и маркетинга в сфере туризма : учебно-методическое пособие /

Е. Е. Кабанова, Е. А. Ветрова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2022. – 232 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621593> (дата обращения: 06.02.2022). – Библиогр.: с. 215-230. – ISBN 978-5-4499-2752-1. – DOI 10.23681/621593. – Текст : электронный. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие /

Е. А. Джанджугазова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 192 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597798> (дата обращения: 06.02.2022). – Библиогр.: с. 164-165. – ISBN 978-5-4499-1541-2. – DOI 10.23681/597798. – Текст : электронный. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

Маркетинг туризма : учебно-методическое пособие / И. А. Юмашева. – Москва ; Берлин :

Директ-Медиа, 2020. – 210 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577860> (дата обращения: 06.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1242-8. – DOI 10.23681/577860. – Текст : электронный. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

8.1. Дополнительная литература:

ЭБС:

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин,

М. Т. Гуриева [и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314> (дата обращения: 06.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / В. Т. Гришина, Л. А. Дробышева,

Т. Л. Дашкова [и др.] ; под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°,

2018. – 446 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786> (дата обращения: 06.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст : электронный. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие / Л. В. Клименко ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 111 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773> (дата обращения: 06.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3130-1. – Текст : электронный. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

Формирование профессионализма будущих менеджеров туринастрии: учебный практикум : практикум / Н. И. Кулакова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 114 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577997> (дата обращения: 06.02.2022). – ISBN 978-5-4499-1305-0. – DOI 10.23681/577997. – Текст : электронный. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

Современное состояние отрасли : учебное пособие / Н. С. Родионова, Е. А. Климова, Т. А. Разинкова ; науч. ред. Т. В. Алексеева ; Воронежский государственный университет инженерных технологий. – Воронеж : Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2018. – 173 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561372> (дата обращения: 06.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-00032-350-2. – Текст : электронный. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

9. Обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9.1. Обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm> – Официальный сайт Министерства экономического развития, раздел «Туризм»;
2. <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> - Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики, раздел «Туризм»;
3. <https://rosstat.gov.ru/ps/tourism/> - Статистика туризма в России (Росстат);
4. <https://russpass.ru> – Цифровая экосистема в туризме (Набор услуг для планирования путешествий по России и участников туристской отрасли);
5. <https://tourism.fsa.gov.ru> – Портал «Гостеприимство» Федеральной службы по аккредитации; реестр классифицированных объектов туристской индустрии;
6. <https://национальныепроекты.рф/projects/turizm> - Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»;
7. <https://www.rst.gov.ru> – Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии;
8. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, ИТ-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма;
9. <https://persona-grata.ru/yuridicheskie-uslugi/turbiznes-2023-trebovaniya-zakonodatel-stva-gosty-v-sfere-turizma> - Национальные стандарты в сфере туризма;
10. <https://russia.travel> - Информационный портал о туризме в России;
11. <https://www.unwto.org/ru> - Официальный сайт Всемирной туристской организации;
12. <https://туризм.рф> - Официальный сайт Корпорации «Туризм.рф»;

13. <https://www.tourdom.ru> - Профессиональный портал о туризме;
14. <https://profi.travel> - Профессиональной портал о туризме «Profi Travel»;
15. <https://tonkosti.ru> - Портал «Тонкости туризма»;
16. <https://www.tourdom.ru/hotline> - Электронный журнал «Горячая линия. Туризм»;
17. <https://hospitalityguide.ru> - Hospitality Guide - Деловой портал об индустрии гостеприимства;
18. <https://www.frontdesk.ru> - Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса;
19. <https://hoteliernews.ru> - Информационный портал о гостиничном бизнесе;
20. <https://www.atorus.ru> - Официальный сайт Ассоциации туроператоров России;
21. <https://agipe.ru> - Официальный сайт Ассоциации гидв-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров;
22. <https://www.tourismsafety.ru> - Официальный сайт Ассоциации "Безопасность туризма";
23. <https://ocig.ru> - Официальный сайт Общеросийского союза индустрии гостеприимства;
24. <https://rha.ru> - Официальный сайт Российской гостиничной ассоциации;
25. <https://favt.gov.ru> - Официальный сайт Федерального агентства воздушного транспорта (Росавиация);
26. <https://mintrans.gov.ru> - Официальный сайт Министерства транспорта РФ;
27. <https://customs.gov.ru> - Официальный сайт Федеральной таможенной службы;
28. <https://culture.gov.ru> - Официальный сайт Министерства культуры РФ;
29. <https://www.mid.ru> - Официальный сайт Министерства иностранных дел РФ;
30. <https://www.rosпотребнадзор.ru> - Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор);
31. <https://cgon.rosпотребнадзор.ru> - Официальный сайт Центра гигиенического образования населения Роспотребнадзора;
32. <https://dreamchef.ru> - Официальный сайт Национальной ассоциации кулинаров России;
33. <https://chefs.expert> - Профессионально-информационный портал гильдии шеф-поваров;
34. <https://guide.michelin.com/en/restaurants/russian> - Гид Мишлен Россия;
35. <https://rusnka.ru> - Официальный сайт Национальной курортной ассоциации;
36. <https://www.iata.org> - Официальный сайт Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA)
37. <https://www.icao.int> - Официальный сайт Международной организации гражданской авиации (ICAO);
38. <https://www.femteconline.org> - Официальный сайт Всемирной федерации водолечения и климатолечения (FEMTEC);
39. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru> - Цели в области устойчивого развития;
40. <https://sdgs.un.org/ru/topics/sustainable-tourism> - Официальный сайт Департамента по экономическим и социальным вопросам ООН (Устойчивый туризм);
41. <http://www.oits-isto.org> - Официальный сайт Международной организации социального туризма (OITS);
42. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;
43. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science;
44. <https://www.sciencealert.com> - Science Alert является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. Science Alert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;
45. <https://sciencepublishinggroup.com> - Science Publishing Group электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики,

электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологий, творчества, языка и литературы.

9.2. Обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>;
2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>.

10. Обновляемый комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Microsoft Office. Интегрированный пакет прикладных программ;
2. Microsoft Windows;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

11. Электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»;
2. ЭБС «Юрайт»;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент к материально-техническому обеспечению.

Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает:

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оборудование: посадочные места по количеству обучающихся, рабочее место преподавателя; учебная доска, шкафы, учебная литература, информационные материалы, мультимедийный ЖК-экран, персональный компьютер.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оборудованное специализированной и учебной мебелью, учебной доской, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭБС, электронную информационно-образовательную среду филиала, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Библиотека с читальным залом: библиотечный фонд, специализированная и учебная мебель, рабочее место библиотекаря, библиотечная стойка, стенды, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭБС, электронную информационно-образовательную среду филиала, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

РМАТ обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в п.10 и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в п.8, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в п.9 и подлежит обновлению (при необходимости).

Аннотация рабочей программы дисциплины

направления 38.03.02 Менеджмент, направленности «Международный гостиничный менеджмент»

Б1.В.17 «Операционный маркетинг в гостеприимстве»

Цель дисциплины – формирование у обучающихся компетенции ПК-5 средствами дисциплины "Операционный маркетинг в гостеприимстве".

Требования к уровню освоения содержания дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ПК-5 Способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами предприятий индустрии гостеприимства на международном рынке;

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата и объем:

Дисциплина «Операционный маркетинг в гостеприимстве» относится к части формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. Дисциплина изучается в 7 семестре по очной форме обучения в объеме 3 з.е.

Содержание дисциплины:

«Операционный маркетинг в гостеприимстве»: цели, задачи. Служба маркетинга: функции, назначение. Изучение структуры службы продажи и маркетинга, функций отделов и должностных инструкций сотрудников. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями. Типы маркетинга. Рынок: понятие, виды, признаки. Основные рыночные показатели. Изучение состояния и перспектив развития рынка сферы гостеприимства.

Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребность, нужда, спрос их общность и различия. Классификация потребностей. Потребности, удовлетворяемые в гостеприимстве. Классификация субъектов осуществляющих маркетинговую деятельность. Потребители сферы гостеприимства, особенности их поведения. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя сферы гостеприимства. Определение рыночного жизненного цикла продукта сферы гостеприимства и определение способов его продления. Окружающая среда предприятий: виды, факторы формирующие окружающую среду предприятия. Макро- и микросреда гостиничного предприятия. Методы формирования базы данных. Изучение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет.

Методы формирования спроса и стимулирования сбыта. Виды спроса и их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Изучение методов формирования спроса и стимулирования спроса. Информационные методы: пропаганда, консультации. Личная

продажа, моральное и материальное стимулирование, PR; возможности, достоинства и недостатки. Изучение методов прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности

Коммуникационная политика гостиничного предприятия. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Стратегия продвижения гостиничных продуктов и услуг на внутренние и внешние рынки. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды, правовая база. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг). Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирование. «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Организация рекламной кампании. Ознакомление с методикой разработки рекламной программы гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. Правила рекламы. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Изучение методов оценки эффективности рекламы.

Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Виды конкуренции и конкурентов в гостиничном бизнесе. Конкурентные преимущества. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Гостиничный продукт и гостиничная услуга: понятие, отличие от товара. Показатели конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Качество гостиничного продукта: понятие, показатели, методы оценки. Управление качеством гостиничного продукта. Изучение правил предъявления и рассмотрения претензий по качеству. Этапы жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика РЖЦ гостиничного продукта. Выявление взаимосвязи конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. Критерии оценки конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Ознакомление с методами анализа конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия.

Разработка комплекса маркетинга. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение. Определение понятий «гостиничный продукт», «гостиничная услуга». Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования комплексного гостиничного продукта. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта. Изучение факторов, влияющих на разработку и объем продаж гостиничного продукта.

Разработка гостиничного продукта на основе маркетингового подхода. Позиционирование гостиничных продуктов и услуг. Понятие ассортимента гостиничных продуктов и услуг, ассортиментной политики гостиницы. Показатели широты, глубины и насыщенности ассортимента.

Особенности товарной политики гостиницы. Номенклатура услуг в гостинице. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Особенности продажи номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, особенности ценообразования в гостиничном бизнесе. Выбор методов ценообразования. Ценообразование на различных типах рынка. Анализ ценовой политики конкурентов. Изучение методики расчета базисной цены гостиничного продукта. Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок. Система продвижения и каналы распределения гостиничных услуг. Каналы сбыта гостиничных услуг. Прямые продажи, агентские продажи. Ознакомление с техникой продаж гостиничных продуктов. Стимулирование сбыта: понятие, виды. Выбор средств и методов сбыта.

Технологии продажи в сфере гостеприимства. Личная продажа в сфере гостеприимства. Определение потенциальных клиентов гостиничных предприятий. Подготовка торговой презентации. Проведение торговой презентации: открытие презентации, вовлечение клиента в процесс презентации, презентация гостиничных услуг, преодоление возражений клиента, закрытие презентации и последующая работа с клиентом. Повышение производительности продаж в гостиничной индустрии. Телефонная продажа услуг в гостиничной индустрии. Основы общения по телефону. Телефонный этикет. Продажа продукции и услуг ресторанов и баров. Позиционирование ресторанов и баров. Мерчандайзинг блюд и напитков. Продвижение продукции и услуг ресторанов и баров. Организация возвратного бизнеса.

Составление финансовой отчетности с учетом последствий влияния различных методов и способов финансового учета на финансовые результаты деятельности организации на основе использования современных методов обработки деловой информации и корпоративных информационных систем. Анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании.

Форма промежуточной аттестации: зачет.