

**Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»
Центральные туристские курсы**

СОГЛАСОВАНО:

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор РМАТ

ООО «СЕМЬ ВЕТРОВ М»

А.С. Сафронов

Е.Н. Трофимов

СОГЛАСОВАНО:

Первый проректор РМАТ

В.Ю. Питюков

Программа повышения квалификации

«Технология работы с системами PMS и CRM в Интернет»
(код 1-48)
36 часов

Автор программы:

к.э.н., доцент Л.А. Родигин

Директор Центральных туристских курсов к.пед.н., доцент Г.И. Зорина

Химки
2022

РАЗДЕЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Общие положения

Программа разработана в соответствии с федеральными государственными образовательными профессиональными стандартами бакалавриата, утвержденными приказами Минтруда России по направлениям подготовки:

- СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ от 19 февраля 2019 г. N 95н;
- 38.03.02 Менеджмент от 12 августа 2020 г. N 970;
- 43.03.02 Туризм от 8 июня 2017 г. № 516;
- 43.03.03 Гостиничное дело от 8 июня 2017 г. N 515

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОСВО и настоящей программой

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
63.12 Деятельность web-порталов 73.11 Деятельность рекламных агентств		
1	06.043	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ» Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. N 95н
2	38.03.02	Менеджмент от 12 августа 2020 г. N 970
3	43.03.02	Туризм от 8 июня 2017 г. № 516
4	43.03.03	Гостиничное дело от 8 июня 2017 г. N 515

Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, определенных в соответствии с профессиональным стандартом «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ»

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
Н	Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	6	Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Н/01.6	6
			Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Н/02.6	6
			Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Н/03.6	6

Обобщенная трудовая функция

Наименование	Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Код	Н	Уровень квалификации	6
--------------	--	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Специалист по интернет-маркетингу Интернет-маркетолог
--	--

Требования к образованию и обучению	Высшее образование - бакалавриат
Требования к опыту практической работы	Не менее двух лет практической работы в области реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", или в области стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	2431	Специалисты по рекламе и маркетингу
ЕКС	-	Специалист по маркетингу
ОКПДТР	26585	Специалист по маркетингу
ОКСО	2.09.03.02	Информационные системы и технологии
	5.42.03.01	Реклама и связи с общественностью
	5.42.03.05	Медиакоммуникации

Планируемые результаты обучения по дополнительной профессиональной программе соответствуют выполняемым трудовым действиям, профессиональным стандартом «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ»

Трудовая функция

Наименование	Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Код	Н/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Проведение исследований веб-сайтов конкурентов
	Проведение исследований каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения
	Составление аналитической записки на основе исследования поведения конкурентов
Необходимые умения	Проводить аудит веб-сайтов конкурентов
	Составлять отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям
	Применять инструменты анализа бюджета, используемого конкурентами на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Необходимые знания	Основы маркетинговых исследований
	Технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Программы и сервисы исследования поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Программы и сервисы поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Способы, методы и правила поиска конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Критерии и признаки соответствия веб-сайта текущим требованиям поисковых алгоритмов поисковых машин
	Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта
	Правила формирования основных тегов (заголовки страницы, ключевые слова и словосочетания страницы, описание страницы)
	Психология цвета
	Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов
	Методы, программы и сервисы лингвистической оценки

	текстового содержимого страниц веб-сайта
Другие характеристики	-

Трудовая функция

Наименование	Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Код	Н/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Исследование поведения посетителей веб-сайта
	Выявление и составление списка конкурирующих веб-сайтов
	Составление аналитической записки на основе исследований поведения посетителей на веб-сайтах
Необходимые умения	Проводить анализ поведения посетителей веб-сайта
	Использовать методы, программы и сервисы анализа поведения посетителей веб-сайта
	Составлять аналитические записки по результатам проведенного анализа
Необходимые знания	Особенности поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Основы потребительского поведения
	Актуальная на момент исследования аналитическая информация по демографии
	Основные поведенческие факторы
	Влияние поведенческих факторов на показатели эффективности продвижения веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Инструменты анализа поведенческих факторов на веб-сайте
Другие характеристики	-

Трудовая функция

Наименование	Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Код	И/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Проведение исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Анализ тенденции изменения спроса
	Прогнозирование изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин
Необходимые умения	Использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса
	Составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Необходимые знания	Методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Алгоритмы формирования потребительского спроса
Другие характеристики	-

1. 2. Перечень планируемых результатов обучения

- Цель программы – формирование (совершенствование) профессиональных компетенций слушателей по интернет-маркетингу в области менеджмента туризма и гостеприимства; компетенции определены в соответствии с ФГОС ВО по направлениям 38.03.02 Менеджмент, 43.03.02 Туризм и 43.03.03 Гостиничное дело.

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКОВ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

Наименование категории (группы) универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели. УК-2.2. Выбирает оптимальные способы решения поставленных задач на основе действующих правовых норм. УК-2.3. Ставит цель и решает поставленные задачи исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	Знает действующие правовые нормы; имеет представление о влиянии ограничений и имеющихся ресурсов на оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели; Умеет действовать в рамках правовых норм на основе использования имеющихся ресурсов и ограничений с целью нахождения оптимальных способов решения поставленных задач; Владеет технологией разработки и реализации проекта, оптимальными способами решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации. УК-1.2. Применяет методы критического анализа и синтеза при работе информацией. УК-1.3. Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает технологии поиска информации, методы критического анализа и синтеза информации, принципы системного подхода в решении поставленных задач Умеет обобщать полученную в процессе поиска информацию с использованием методов критического анализа и синтеза, применять принципы системного подхода для решения

			поставленных задач Владеет технологией информационного поиска, работы с информационными источниками; способен к критическому анализу и синтезу поступающей информации; владеет навыками применения системного подхода в решении поставленных задач
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Анализирует экономические показатели деятельности организации в избранной сфере деятельности УК-9.2 Принимает обоснованные экономические решения в деятельности туристской организации	Знает основные показатели экономической деятельности организации в избранной сфере деятельности, особенности макро- и микросреды; Умеет анализировать экономическую ситуацию на рынке и внутри организации в избранной сфере деятельности; Владеет навыками принятия обоснованных экономических решений в деятельности организации в избранной сфере деятельности

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКОВ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения
Информационные и коммуникационные технологии для профессиональной деятельности	ОПК-8. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-8.1 Понимает принципы работы современных информационных технологий ОПК-8.2 Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности	Знает основные принципы работы современных информационных технологий профессиональной деятельности; Умеет использовать современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности Владеет навыками использования современных информационных технологий для решения

			задач профессиональной деятельности
Технологии	ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания. ОПК-1.2 Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства и общественного питания.	Знает профессиональные стандарты обслуживания, роль технологии и организации обслуживания в предпринимательской деятельности гостиничных предприятий и предприятий питания, термины, категории и объекты гостеприимства и составляющие элементы обслуживания в сфере гостеприимства, особенности обслуживания и организации питания туристов на предприятиях питания различных типов, технологические новации и современные программные продукты, отечественный и зарубежный опыт в области технологии и организации обслуживания в гостиничных комплексах. Умеет применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания, технологические новации и специализированные программные продукты, организовывать и контролировать процессы обслуживания, применять на практике принципы, методы, модели, технологии и организации обслуживания в предприятиях общественного питания. Владеет навыками применения стандартов обслуживания в гостиничной деятельности и современным программным обеспечением в туристской деятельности,

			методами нахождения наиболее выгодных условий предоставления качественных услуг, навыками внедрения и использования основных правил предоставления услуг и методов анализа на производстве.
Маркетинг	ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов в сфере гостеприимства и общественного питания ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта услуг в сфере гостеприимства и общественного питания, а также их продвижение	Знает методы маркетинговых исследований и мониторинга рынка, технологии продвижения и продаж услуг сферы гостеприимства и общественного питания, современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж. Умеет осуществлять маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью эффективного ценообразования, обоснования, разработки и продвижения услуг сферы гостеприимства и общественного питания. Владеет навыками формирования каналов сбыта услуг сферы гостеприимства и общественного питания, продвижения услуг сферы гостеприимства и общественного питания посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения.
Экономика	ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1 Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий сферы гостеприимства и общественного питания. ОПК-5.2 Принимает экономически обоснованные управленческие	Знает основы производственно-экономических показателей деятельности предприятия сферы гостеприимства и общественного питания. Умеет определять, анализировать, оценивать основные производственные экономические показатели предприятий сферы гостеприимства и общественного питания с

			целью обеспечения экономической
Право	ОПК-6. Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Осуществляет поиск и обоснованно применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; ОПК-6.2 Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении гостиничных услуг и услуг предприятий общественного питания. ОПК-6.3 Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями.	Знает основные положения нормативно-правовой документации для осуществления профессиональной деятельности, нормы конституционного, административного, международного, экологического, уголовного, гражданского, семейного, трудового права. Умеет осуществлять поиск и применять действия нормативно-правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области; Владеет навыками применения норм права при выполнении должностных обязанностей в сфере профессиональной деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания, документооборота в соответствии с нормативными требованиями.

1.3. Планируемые результаты обучения

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 ООП, и содержанием дисциплины (модуля):

Компетенции		Содержание компетенции (в результате изучения дисциплины студент должен)		
Индекс	Название	знать	уметь	владеть
ПК-12	умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	- коммуникационные технологии в туризме - системы сбора информации в туризме - особенности расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации сферы туризма	- использовать коммуникационные технологии в туризме - использовать системы сбора информации в туризме - осуществлять расширение внешних связей и обмен опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации сферы туризма	- навыками использования коммуникационных технологий в туризме - навыками использования систем сбора информации в туризме - навыками осуществления расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации сферы туризма

1.4. Категория обучающихся: к освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее профессиональное образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

При освоении дополнительной профессиональной программы параллельно с получением среднего профессионального образования и (или) высшего образования диплом о профессиональной переподготовке выдается одновременно с получением соответствующего документа об образовании и о квалификации.

Направление подготовки – «Туризм», «Гостиничное дело», «Менеджмент».

Область профессиональной деятельности – «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ».

1.5. Форма обучения: заочная форма с использованием электронного обучения и дистанционных технологий

1.6. Срок обучения: полторы недели

1.7. Трудоемкость программы: 36 часов.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	18
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	6
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	
практические занятия (ЗСТ ПР)	12
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)	
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)	
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	16
СРуз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям и курсовым проектам (работам)	8
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	8
Промежуточная аттестация - зачет	2
Общая трудоемкость дисциплины: часы	36
зачетные единицы	1

Календарный учебный график

1 раздел	2 раздел	3 раздел	4 раздел	Промежуточная аттестация
1-2 день	3-4 день	5-7 день	8-10 день	11 день

Продолжительность программы может быть сокращена по желанию слушателя, но не более чем на 5 дней (из расчета трудоемкости 6 часов в день).

Продолжительность программы может быть увеличена по желанию слушателя. Ограничений не установлено.

2.2. Учебная программа

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
1.	Выбор PMS (Property Management System, отанг. «Система управления собственностью»)	<p>Принципы выбора PMS</p> <ul style="list-style-type: none"> • моменты, которые вас могут не устраивать в системе, включая стоимостные показатели. • Сопоставьте все эти моменты и проведите сравнительный анализ предложений на рынке. • Обязательно лично встретиться как с руководством компании, так и с техническим руководством, реализующим продукт на предмет: 1. Развитие и интеграция. 2. Разработка дополнительного интерфейса. • Опыт пользователей данной системы и теми, кто сменил систему. <p>Основные критерии выбора или переоценки системы. Закон о хранении данных граждан РФ на серверах в России Демо-версии PMS Сопровождение системы в процессе работы Полная стоимость владения PMS</p>
2.	Технология работы в системах управления гостиницей	<p>Обзор систем. Предназначение. Сравнение облачных и стационарных систем.</p> <p>Основная функциональность</p> <p>Управление отелем:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формирование пакетов услуг, тарифов (с учётом сезонов, акций и проч.); • ведение справочников (услуг, оплат, типов гостей и т.п.); • получение текущих отчетов, в том числе: отчёт менеджера, подробный отчёт по услугам и оплатам, загрузка номерного фонда за период; • выгрузка данных о гостях в паспортно-визовые службы (в виде отчёта или формирование файлов с помощью программы ExportGo); • ведение договоров с ТА, ТО, корпорантами. <p>Служба бронирования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • информация о предстоящих заездах и выездах; • индивидуальное, групповое, корпоративное бронирование; • отправка подтверждения брони (факс, E-mail); • выставление счетов на оплату; • регистрация платежей по брони, внесение безналичных платежей; • бронирование доп. ресурсов (залов/ресторанов); • определение доп. услуг, составление предварительных вариантов меню для проведения мероприятий. <p>Служба размещения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • текущая работа с клиентом (поселение, переселение, продление проживания); • работа со счетами (фолио) гостей (начисление услуг, проведение оплат, возвраты, скидки, трансферы);

		<ul style="list-style-type: none"> • ведение информации обо всех платежах и услугах, доступ к архиву счетов; • текущая информация о состоянии номерного фонда гостиницы; • ночной аудит (смена даты); • закрытие смены кассира, администратора (X- и Z-отчёты); • печать отчетов текущих и по смене (X-отчёт текущий, список чеков и проч.); <p>Дополнительная функциональность</p> <ul style="list-style-type: none"> • ПО (Shelter или др.) позволяет вести нескольких отелей в одной БД. • В ПО (Shelter или др.) реализована возможность работы с несколькими юридическими лицами. • Модуль связи с фискальным регистратором (ФР): пробитие чеков, оформление возвратов (совместим с ФР Штрих, Прим и проч.). Также возможна поддержка нескольких ФР как на одном, так и на разных рабочих местах. • Модуль связи с банковскими протоколами: АБГ, Сбербанк, Газпромбанк. • Модуль "Интернет бронирование": бронирование номеров как частными лицами, так и организациями непосредственно с сайта отеля. (Посмотреть пример работы модуля можно здесь: http://shelter-online.ucs.ru/) • Модуль оплаты броней через Internet: Robocassa, Assist, Русский Стандарт. • Модуль связи с глобальными системами бронирования: NotaVena (http:// www.nbcrs.ru/), WuBook (http://wubook.net/) • Модуль "Телефонный тарификатор": тарификация исходящих звонков и автоматическое начисление стоимости услуги на фолио гостей. • Модуль выгрузки "ExportTo": выгрузка информации из БД в файлы форматов txt, xml, dbf. Модуль может использоваться для выгрузки данных по гостям для ФМС, выгрузки данных по оплатам и контрагентам в 1С, для прочих сторонних программ. • Модуль смс- и e-mail-рассылки: отправка сообщений на номер телефона или электронную почту гостям (поздравления, акции и т.п.). • Модуль связи с замковыми системами: кодирование электронных ключей для НФ из ПО Shelter. Совместимс SALTO, TESA, CISA, TimeLox, VingCard, КАВА, ADEL, Orbitaи проч.) • Модуль выгрузки в 1С: выгружаются данные по платежам, услугам, контрагентам. Существует два варианта выгрузки данных в 1С: - посредством универсального модуля "ExportTo" - формирование текстовых файлов и загрузка их содержимого в обработку 1С (или иной сторонней программы) как в on-line, так и off-line режиме;
--	--	--

		<p>- использование готовой обработки для 1 С, подключение к БД в on-line режиме.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Модуль связи с R-Keeper (v. 6 и 7): контроль над отпуском завтраков, включённых в стоимость проживания, закрытие заказов из R-Keeper в фолио гостей проживающих и на отдельно созданные фолио с детализацией блюд, возможность трансфера всех операций R-Keeper в Shelter для последующей единой выгрузки в StoreHouse. Идентификация гостя может производиться по электронному ключу от номера, гостевой карте или вводом номера комнаты/ фолио вручную. • Модуль выгрузки в StoreHouse. Существует несколько вариантов выгрузки данных: <ul style="list-style-type: none"> - тип экспорта "Услуги" - выгрузка информации по отпущенным товарам; - тип экспорта «Номерной фонд» - выгрузка информации по выездам гостей для списания моющих/чистящих средств и прочих наименований на уборку номеров (в случае, когда не используется модуль "HouseKeeper"); - тип экспорта «Номерной фонд и корпуса» - информация о выездах выгружается с учётом корпусов. • Модуль "ПДС": выдача и использование скидочных карт (автоматическое применение скидок по картам). Существует три варианта модуля: <ul style="list-style-type: none"> - ПДС Shelter - карты гостям предлагаются к выдаче автоматически по достижении установленного уровня (количество заездов или сумма внесённых средств) либо при необходимости могут быть выданы вручную. Карты могут использоваться и в ресторане (R-Keeper настраивается на ПДС Shelter). - Связь с ПДС R-Keeper - применение скидок в Shelter по картам, выданным в ПДС R-Keeper. - Связь с CardSystem - единая дисконтная система, взаимодействующая с любыми ПО компании UCS (R-Keeper, Shelter, Премьера и проч.). • Модуль связи с системами распознавания документов: использование сканеров для паспортов, водительских удостоверений и прочих документов при поселении гостей. Данные документов распознаются и передаются в программу, заполняя соответствующие поля в карточке гостя. Поддержаны: CognitiveTechnologies (http://www.cognitive.ru) и Regula (https://regulaforensics.com/ru/) • Модуль "F-Report": набор отчётов, позволяющий получить информацию о деятельности отеля (финансовой, статистической, текущей). • Модуль "Olaps": кубы (многомерные отчёты) позволяют получать информацию в том виде, в котором пользователю удобно (расположение и отображение только выбранных столбцов, с использованием или без графика и т.д.). • Модуль связи с ПО "Abonementmanager" (автоматизация фитнес-центров, катков и проч.): позволяет вести работу не
--	--	---

		<p>только со сторонними гостями, но и с гостями, проживающими в отеле (оплата общих счетов по выезду).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Модуль связи с ПО "ArchiMed" (автоматизация деятельности медицинских учреждений различного профиля): позволяет отпускать процедуры проживающим гостям с последующей оплатой на стойке администратора отеля. • Модуль контроля подачи света: позволяет подавать электричество в номер при поселении гостя и отключать по выезду, а также контролировать подачу света в ресурсы менеджера мероприятия при старте / окончании мероприятия. • Модуль связи с системой платного телевидения Videolux: подключение каналов разных уровней (детские / взрослые, платные / бесплатные) при поселении гостя, автоматическое начисление стоимости услуги на фолио гостя, а также доп. функции: установка горничными статуса номера (чистый/грязный), отметка о наличии позиций минибара; просмотр гостями балансов своих фолио, начисленных услуг, проведенных оплат.
3.	Выбор CRM (Customer Relationship Management)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение CRM 2. Популярные CRM-системы в России 3. Облачная версия или локальная? 4. Как работает CRM-система 5. Выбираем CRM — musthave модули 6. Как CRM автоматизирует рутинные действия? 7. Каких конкретных результатов внедрения ожидать 8. Критерии оценки и выбор 12 лучших CRM-систем <ol style="list-style-type: none"> 1 место. Мегаплан 2 место. Битрикс 24 3 место. CRM Простой Бизнес 4 место. Brizo 5 место. retailCRM 6 место. ClientBase (Клиентская база) 7 место. SugarCRM 8 место. WireCRM 9 место. SalesCreatio 10 место. MicrosoftDynamics CRM
4.	Технологии CRM	<p>CRM - это направленная на построение устойчивого бизнеса концепция и бизнес стратегия, ядром которой является "клиенто-ориентированный" подход.</p> <p>Технологии создания истории взаимоотношений клиента и фирмы обеспечивают:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Экономии затрат - затраты на привлечение нового клиента в среднем в пять раз больше, чем на удержание существующего. • Большая часть компаний из списка Fortune 500 теряет 50% своих клиентов каждые 5 лет. • Удовлетворенный клиент расскажет о удачной покупке в среднем 5 своим знакомым. Неудовлетворенный – минимум 10.

		<ul style="list-style-type: none"> • Большая часть клиентов окупается лишь через год работы с ними (соответственно, если клиент “ушел” до этого срока, то он принес убытки) • Увеличение процента удержания клиентов на 5% увеличивает прибыль компании на 50-100%. • Около 50% существующих клиентов компании не прибыльны из-за неэффективного взаимодействия с ними. • В среднем компания контактирует 4 раза в год с существующим клиентом и 6 раз в год с потенциальным. <p>Поставщики продуктов класса CRM обещают повышение прибыльности предприятий на десятки процентов, а рентабельность проектов - от 200 до 800 процентов за 2-3 года – верим?</p> <p>Анализ технологий.</p>
--	--	---

РАЗДЕЛ 3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Текущая аттестация слушателей осуществляется в виде компьютерного теста в системе КИС РМАТ, перечень вопросов содержится в отдельном документе «Фонд оценочных средств программы профессиональной переподготовки «Менеджмент объектов туризма и гостеприимства в Интернет».

Слушатель считается аттестованным, если он ответил правильно на более 50% вопросов.

РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Основная литература

1. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. [URL:http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036)
2. Синяева, И.М. Маркетинг услуг: учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова . - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>
3. [УЧЕБНИК: Информационное обеспечение туризма](#) / Н.С. Морозова, Н.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 288 с.

Дополнительная литература

1. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: учебное пособие / С.М. Москалев.- Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>
2. [Родигин Л.А., Наймарк К.В. Экономическая эффективность интернет-проектов в туризме \(монография\). М., Советский спорт, 2011. - 408 с.](#)
3. [Родигин Л.А., Родигин Е.Л. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве. Учебное пособие. М.: Советский спорт, 2014. - 208 с.](#)

Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

А. Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития;
2. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма;
3. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации;
4. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;
5. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных WebofScience;
6. [ScienceAlert](#) является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. ScienceAlert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;
7. [SciencePublishingGroup](#) 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, технологии, творчества, языка и литературы.

В. Ежегодно 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/>.

С. Ежегодно обновляемый комплект лицензионного программного обеспечения

1. MicrosoftOffice. Интегрированный пакет прикладных программ;
2. MicrosoftWindows;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

Д. Электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»;
2. Корпоративная информационная система «КИС».
3. БИЗНЕС-ТРЕНИНГ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ – URL: <http://www.подигин.рф/index.html>

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: специальные помещения, представляющие собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (в т.ч. лаборатория «Учебный гостиничный номер (стандарт с двумя кроватями)»), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации хранятся в электронном виде на кафедре).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС РМАТ.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» и ЭИОС РМАТ обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе бакалавриата.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к ежегодно обновляемым современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Требования к кадровым условиям реализации программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками РМАТ, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников РМАТ отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и профессиональных стандартах.