

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.06.2022 15:04:27
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989da116a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

Институт гостиничного бизнеса и туризма

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

43.03.03 «Гостиничное дело»

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Международный гостиничный бизнес

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» является формирование у студентов комплекса знаний по методике и технологиям продвижения, применяемых предприятиями международной сферы гостеприимства, а также подготовка к практической деятельности по организации продаж гостиничных услуг с использованием знаний, полученных при изучении методов и технологических процессов, применяемых предприятиями индустрии гостеприимства при продвижении и реализации услуг.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг международной сферы гостеприимства, изучение рынка, потребителей, конкурентов; ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций международной сферы гостеприимства, в том числе с помощью онлайн технологий; ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций международной сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет
ПКР-2	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПКР-2.1. Проводит анализ системы ценообразования и тарифной политики организаций международной сферы гостеприимства ПКР-2.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций международной сферы гостеприимства, их структурных подразделений ПКР-2.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий международной сферы гостеприимства ПКР-2.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий международной сферы гостеприимства, анализирует основные показатели деятельности предприятия
ПКР-3	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПКР-3.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций международной сферы гостеприимства ПКР-3.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства в среде интернет

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		ПКР-3.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» относится к вариативной компоненте обязательной части дисциплин блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> Курсовая работа Проектирование и стартап предприятий сферы гостеприимства Маркетинг организаций профессиональной сферы 	<ul style="list-style-type: none"> Предпринимательство в профессиональной сфере Преддипломная практика Подготовка и защита выпускной квалификационной работы
ПКР-2	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> Технологии гостиничной деятельности Маркетинг организаций профессиональной сферы Международные кулинарные концепции Международная барная индустрия, сервис вина и напитков 	<ul style="list-style-type: none"> Организация работы служб гостиничного комплекса Преддипломная практика Подготовка и защита выпускной квалификационной работы
ПКР-3	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и	<ul style="list-style-type: none"> Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной сфере 	<ul style="list-style-type: none"> Международные гостиничные сети: управление брендом Преддипломная практика

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> Программное обеспечение и автоматизация профессиональной сферы Маркетинг организаций профессиональной сферы 	<ul style="list-style-type: none"> Подготовка и защита выпускной квалификационной работы

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» составляет 3 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
		6
Контактная работа, ак.ч.	52	52
в том числе:		
Лекции (ЛК)	26	26
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	26	26
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	20	20
Контроль (экзамен), ак.ч.	36	36
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108
	зач.ед.	3
Курсовая работа	зач.ед.	1

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
		8
Контактная работа, ак.ч.	48	48
в том числе:		
Лекции (ЛК)	17	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	24
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	83	24
Контроль (экзамен), ак.ч.	27	36
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108
	зач.ед.	3
Курсовая работа	зач.ед.	1

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр	Семестр
		8	9
Контактная работа, ак.ч.	20	20	-
в том числе:			
Лекции (ЛК)	12	12	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	8	8	-
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	79	52	27
Контроль (экзамен), ак.ч.	9	-	9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	72
	зач.ед.	3	3
Курсовая работа	зач.ед.	1	-
		-	1

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Введение в курс. Роль продвижения в организации продаж и экономической деятельности предприятия сферы гостеприимства на глобальном рынке	Значение продвижения и сущность продаж. Методы продвижения. Классификация видов продаж. Основы управления продажами. Отдел продаж, маркетинга, рекламы. Структура и функции. Должностные обязанности сотрудников. Глобальная торговая политика и позиционирование в продвижении товаров и услуг.	ЛК, ПЗ
Управление каналами продвижения и продаж в деятельности гостиничного предприятия	Сущность и функции каналов распределения товаров и услуг. Виды и уровни каналов продаж предприятия сферы гостеприимства. Роль агента в управлении продвижением гостиничных услуг. Корпоративный канал и продвижение услуг средства размещения.	ЛК, ПЗ
Комплекс маркетинговых коммуникации в продвижении товаров и услуг предприятия в индустрии гостеприимства	Составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций. Использование ATL и BTL-коммуникаций в продвижении продукта сферы услуг. Выбор средств распространения рекламы, PR, наружная реклама, событийный маркетинг и CRM.	ЛК, ПЗ
Цифровизация в организации продаж на глобальном рынке. Электронные сервисы продвижения основных и дополнительных гостиничных услуг.	Электронные каналы продвижения и продаж: возможности и преимущества. Управление сайтом, SEO-продвижение, контекстная реклама, SMM-маркетинг, таргетинг, управление траффиком. Формирование «воронки продаж». Конверсия продаж. Инструменты цифровой аналитики. Экономика лайков.	ЛК, ПЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Техника прямых продаж гостиничных услуг. Цикл продаж	Техника и технология прямых продаж. Этапы продаж. Подготовка коммерческого предложения. Установление контакта и определение потребностей. Аргументация и презентация услуг. Работа с возражениями гостей. Апсейл. Технология ведения переговоров с клиентом, управление поведением клиента. Работа с конфликтными ситуациями. Имидж и эффективное поведение продавца услуг.	ЛК, ПЗ
Специфика организации продвижения услуг средства размещения в международной сфере гостеприимства	Организация продвижения на предприятиях сферы гостеприимства. Международные каналы продаж, методы и инструменты эффективной продажи основных и дополнительных услуг на глобальном рынке. Программные продукты для управления продажами в гостинице	ЛК, ПЗ
Нормативное и документационное обеспечение продаж в гостиничном бизнесе	Права и обязанности сторон при осуществлении продаж услуг гостиничного предприятия. Обзор нормативно правовых документов, регламентирующих продажи. Двухсторонние соглашения. Оформление первичных финансовых документов.	ЛК, ПЗ
Эффективность продвижения и продаж. Анализ основных гостиничных показателей	Экономическая оценка эффективности продаж. Структура, динамика продаж и рентабельность продаж. Расчет прибыли. Методы повышения эффективности продаж. Основные гостиничные показатели: Occupancy, ADRR, RevPAR, RevPAC.	ЛК, ПЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; ПЗ – практические занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,	Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows),

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Нормативные правовые акты:

1. Федеральный закон РФ «Закон об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132 ФЗ (в последней редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 "О защите прав потребителей" с изменениями, внесенными Федеральным законом от 29.07.2018 № 250-ФЗ <http://logos-pravo.ru/zakon-rf-o-zashchite-prav-potrebiteley-s-kommentariyami>

Основная литература:

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0.
2. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492677>

Дополнительная литература:

3. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин ; ред. П. Суворовой. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с. - ISBN 978-5-9614-1055-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721> (17.09.2018).

4. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 1071 с.: табл., граф., ил, схемы - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01263-6; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>

5. Норка, Д.И. Экспертные продажи: новые методы убеждения покупателей / Д.И. Норка; ред. А. Петров. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 334 с. - ISBN 978-5-9614-6616-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495618>

6. Олейник, К. Всё об управлении продажами / К. Олейник, С. Иванова, Д. Болдогоев; ред. Ю. Быстровой. - 3-е изд. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 331 с.: ил., табл. - ISBN 978-5-9614-4658-6; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279847>

7. Птуха, К. Эмоциональные продажи: как увеличить продажи втрое / К. Птуха, В. Гусарова. - 2-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 187 с.: ил., табл. - ISBN 978-5-9614-4344-8; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279045>

8. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; Финансовый университет при Правительстве РФ ; под ред. Л.П. Дашкова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>

9. Смолина, В.А. SMM С НУЛЯ: секреты продвижения в социальных сетях / В.А. Смолина. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. – 353 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564678> – ISBN 978-5-9729-0259-0. – Текст: электронный

10. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. - Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0217-0; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»
- <http://www.tourlib.net> Все о туризме: туристическая библиотека.
- <https://классификация-туризм.рф/> - Федеральный перечень туристических объектов
- <http://www.consultant.ru/> - Портал правовой поддержки
- <http://www.infostat.ru/> Информационно-издательский центр «Статистика России».

- <http://profi.travel.ru/press/> Туризм и путешествия. Профессиональная пресса
- <https://hotelier.pro/> Журнал для отельеров. Новости гостиничного бизнеса.
- <http://www.hotelexecutive.ru/> Медиаресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства».

2. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины.

3. Методические рекомендации по обеспечению доступности освоения программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Бизнес-планирование в профессиональной сфере» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН (положения/порядка).

РАЗРАБОТЧИКИ:

Ст. преподаватель

Должность, БУП



Подпись

Т.В. Егорова

Фамилия И.О.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Зам. директора по УМР

Наименование БУП



Подпись

Л.В. Куклина

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Доцент кафедры туризма и
гостиничного дела**

Должность, БУП



Подпись

Т.Ю. Крамарова

Фамилия И.О.