

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 31.05.2024 15:14:25  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

**Высшая школа управления**

(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)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» входит в программу бакалавриата «Международный гостиничный бизнес» по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса. Дисциплина состоит из 8 разделов и 8 тем и направлена на изучение методов анализа рынка услуг гостеприимства; элементов и функций традиционного комплекса продвижения и каналов цифрового продвижения и продаж; методов, приемов и функций управления проектами по продвижению услуг гостиничного и ресторанного предприятия; нормативно-правовой базы, регламентирующую двухсторонние отношения в сфере гостеприимства; этапов цикла продаж основных и дополнительных гостиничных услуг.

Целью освоения дисциплины 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;
ПК-8	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-8.1 Проводит анализ системы ценообразования и тарифной политики организаций международной сферы гостеприимства; ПК-8.2 Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций международной сферы гостеприимства, их структурных подразделений; ПК-8.3 Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий международной сферы гостеприимства; ПК-8.4 Проводит выбор систем автоматизации предприятий международной сферы гостеприимства, анализирует основные показатели деятельности предприятия;
ПК-9	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-9.1 Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций международной сферы гостеприимства; ПК-9.2 Разрабатывает программу продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства в среде интернет; ПК-9.3 Проводит оценку эффективности программ интернет-

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования 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	Маркетинг организаций профессиональной сферы;	Преддипломная практика; Предпринимательство в профессиональной сфере;
ПК-8	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Маркетинг организаций профессиональной сферы;	Преддипломная практика; Предпринимательство в профессиональной сфере;
ПК-9	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Маркетинг организаций профессиональной сферы; <i>Международные кулинарные концепции**;</i> <i>Международная барная индустрия, сервис вина и напитков**;</i> Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной сфере; Программное обеспечение и автоматизация в профессиональной сфере; Технологии и практика программирования на языке Python для гуманитарных специальностей;	Международные гостиничные сети: управление брендом; Преддипломная практика;

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			6
Контактная работа, ак.ч.	52		52
Лекции (ЛК)	26		26
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	26		26
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65		65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27		27
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			8
Контактная работа, ак.ч.	48		48
Лекции (ЛК)	24		24
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	24		24
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	60		60
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36		36
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)	
			8	9
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	20		20	0
Лекции (ЛК)	12		12	0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0	0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	8		8	0
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	115		88	27
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		0	9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>108</b>	<b>36</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение в курс. Роль продвижения в организации продаж и экономической деятельности предприятия сферы гостеприимства на глобальном рынке.	1.1	Значение продвижения и сущность продаж.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Управление каналами продвижения и продаж в деятельности гостиничного предприятия.	2.1	Сущность и функции каналов распределения товаров и услуг.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Комплекс маркетинговых коммуникации в продвижении товаров и услуг предприятия в индустрии гостеприимства.	3.1	Составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Цифровизация в организации продаж на глобальном рынке. Электронные сервисы продвижения основных и дополнительных гостиничных услуг.	4.1	Электронные каналы продвижения и продаж: возможности и преимущества.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Техника прямых продаж гостиничных услуг. Цикл продаж.	5.1	Техника и технология прямых продаж.	ЛК, СЗ
Раздел 6	Специфика организации продвижения услуг средства размещения в международной сфере гостеприимства.	6.1	Организация продвижения на предприятиях сферы гостеприимства.	ЛК, СЗ
Раздел 7	Нормативное и документационное обеспечение продаж в гостиничном бизнесе.	7.1	Права и обязанности сторон при осуществлении продаж услуг гостиничного предприятия.	ЛК, СЗ
Раздел 8	Эффективность продвижения и продаж. Анализ основных гостиничных показателей.	8.1	Экономическая оценка эффективности продаж.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские 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, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы	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)

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 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:

1. 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>

2. 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>

3. 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>

4. 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>

5. 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>

6. 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>

7. 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

8. 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](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

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».

\* - 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 «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - Ом и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

Старший преподаватель

*Должность, БУП*

*Подпись*

Егорова Татьяна

Викторовна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Гернеший Василий

Васильевич

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Маврина Нелли

Федоровна

*Фамилия И.О.*