

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры сервиса и
туризма
Протокол № 10 от 26.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.ДВ.02.01 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства
Направление подготовки:	43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль):	Гостиничная деятельность
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Шиндина Ю. А.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

формирование целостного представления об основах продвижения гостиничного продукта на рынке услуг индустрии гостеприимства; формирование знаний студентов о применении эффективных технологий продвижения и продаж в индустрии гостеприимства

Задачи дисциплины:

овладение теоретическими основами продвижения гостиничного продукта на рынке услуг индустрии гостеприимства;

понимание социально-экономической сущности, принципов, функций и методологических основ продвижения и продаж услуг индустрии гостеприимства;

изучение особенностей технологий продвижения и продаж для обеспечения конкурентных преимуществ на рынке услуг гостеприимства;

освоение специфики продаж применительно к условиям функционирования гостиничных предприятий;

овладение навыками практического применения эффективных технологий продвижения и продаж в индустрии гостеприимства

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

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-1 Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства	ПК-1.1 Знает основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных; теорию мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала; теорию межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии; основы организации производства продукции и обслуживания потребителей в ресторанном бизнесе; формы управления в организациях сферы гостеприимства; специализированные программы, используемые в гостиничных комплексах.	33.007 Профессиональный стандарт «Руководитель / управляющий гостиничного комплекса / сети гостиниц» 33.008 Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания»
	ПК-1.2 Умеет осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, в том числе с учетом инновационных технологий и процессов; использовать наставничество, делегирование, коучинг и др. современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; осуществлять деловые и межличностные коммуникации, проводить совещания и собрания в трудовом коллективе.	
	ПК-1.3 Владеет методами планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; способами координации и контроля деятельности департаментов (служб, отделов); методами организации контроля за функционированием системы внутреннего распорядка; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; методами проектирования деятельности гостиничных предприятий с учетом современных тенденций	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
<p>ПК-3 Способен применять коммуникационные технологии для реализации и продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>ПК-3.1 Знает основы межличностного и делового общения, перегово-ров, конфликтологии, социально-культурных норм, бизнес-коммуникаций.</p> <p>ПК-3.2 Умеет соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников.</p> <p>ПК-3.3 Владеет навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний в трудовом коллективе; навыками про-ведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного про-дукта потребителям, партнерам и другим заинтересованным сторонам; навыками проведения встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам.</p>	<p>33.007 Профессиональный стандарт «Руководитель / управляющий комплекса / сети гостиниц» 33.008 Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания»</p>
<p>ПК-4 Способен обеспечивать сервисную деятельность в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями</p>	<p>ПК-4.1 Знает методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур; особенности предоставления услуг гостепри-имства для различных сегментов потребителей; специализиро-ванные программы, используемые в письменных коммуникаци-ях, в том числе возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предпри-ятий питания; основы организации деятельности предприятий питания, обслуживающих иностранных туристов; специализи-рованные компьютерные программы, используемые на пред-приятиях питания для расчета продовольственного сырья, по-луфабрикатов и готовых блюд.</p> <p>ПК-4.2 Умеет разрешать проблемные ситуации потребителей, парт-неров, заинтересованных сторон.</p> <p>ПК-4.3 Владеет иностранным языком с учетом характеристик посто-янных клиентов гостиничного комплекса на уровне, обеспечи-вающем эффективные профессиональные коммуникации; навыками организации устных и письменных коммуникаций с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами; технологиями продвижения и продаж гостиничного продукта.</p>	<p>33.007 Профессиональный стандарт «Руководитель / управляющий гостиничного комплекса / сети гостиниц» 33.008 Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания»</p>

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1.1. Знает основы организации деятельности гостиниц и иных средств размещения; основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных; теорию мотивации персонала и обеспечения лояльности персонала; теорию межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии; основы организации производства продукции и обслуживания потребителей в ресторанном бизнесе; формы управления в организациях сферы гостеприимства; специализированные программы, используемые в гостиничных комплексах.	Сформированы систематические представления о: целях и задачах деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организует их выполнение; основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; о способах практического использования мотивационных теорий и теорий лидерства в практике управления; основах организации производства продукции и обслуживания потребителей в ресторанном и гостиничном бизнесе с использованием специализированных программ
ПК-1.2. Умеет осуществлять планирование и организацию деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса, в том числе с учетом инновационных технологий и процессов; использовать наставничество, делегирование, коучинг и др. современные формы развития руководящего состава и ключевых сотрудников департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; осуществлять деловые и межличностные коммуникации, проводить совещания и собрания в трудовом коллективе.	Сформировано умение: организации оценки и планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; определять целесообразность использования тех или иных форм, методов и средств делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия
ПК-1.3. Владеет методами планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса; способами координации и контроля деятельности департаментов (служб, отделов); методами организации контроля за функционированием системы внутреннего распорядка; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; методами проектирования деятельности гостиничных предприятий с учетом современных тенденций	Демонстрирует владения на высоком уровне способности: в обеспечении планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания; осуществления формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; распределения полномочий и ответственности в организационной структуре управления; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; приемами проектирования организационных структур.
ПК-3.1. Знает основы межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии, социально-культурных норм, бизнес-коммуникаций.	Сформированы систематические представления об: основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; основных теориях и концепциях взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; основных современных коммуникативных средствах, в том числе на иностранном(-ых) языке(-ах); о стилях делового общения, вербальных и невербальных средствах взаимодействия с партнерами. о принципах деловой коммуникации в устной и письменной формах; теории общения, способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; этику делового общения; правила речевого этикета;

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3.2. Умеет соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников.	Сформировано умение: выступать перед коллективом, излагать свои мысли, отстаивать свои убеждения; создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи; -ориентироваться в иерархии, распределении власти на организационном уровне; вести обсуждения спорных вопросов, не задевая партнера; обеспечивать эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем с учетом социально-культурных и психологических особенностей, осуществлять взаимодействие в коллективе; использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач;
ПК-3.3. Владеет навыками деловых и межличностных коммуникаций, проведения совещаний в трудовом коллективе; навыками проведения встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнерам и другим заинтересованным сторонам; навыками проведения встреч, переговоров и презентаций продукции и услуг предприятия питания потребителям, партнерам и заинтересованным сторонам.	Демонстрирует владения на высоком уровне способности: использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; к деловым коммуникациям; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.
ПК-4.1. Знает методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур; особенности предоставления услуг гостеприимства для различных сегментов потребителей; специализированные программы, используемые в письменных коммуникациях, в том числе возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий питания; основы организации деятельности предприятий питания, обслуживающих иностранных туристов; специализированные компьютерные программы, используемые на предприятиях питания для расчета продовольственного сырья, полуфабрикатов и готовых блюд.	Сформированы систематические представления о: закономерностях, основных событиях и особенностях истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; истории становления и развития государственности; культурных особенностях и традициях различных социальных групп; способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; о способах и методах взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами разных культур и народностей; особенностях формирования клиентурных отношений; особенностях обслуживания различных сегментов потребителей гостиничных услуг; о специализированных компьютерных программах, используемых на предприятиях сервиса;

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4.2. Умеет разрешать проблемные ситуации потребителей, парт-неров, заинтересованных сторон.	Сформировано умение: выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; давать оценку культурно-историческим ценностям России; выявлять потребности потребителя; работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности; обеспечивать; осуществлять эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем и другими заинтересованными сторонами с учетом социально-культурных и психологических особенностей, организации функциональных процессов в гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей;
ПК-4.3. Владеет иностранным языком с учетом характеристик пост-янных клиентов гостиничного комплекса на уровне, обеспечи-вающем эффективные профессиональные коммуникации; навыками организации устных и письменных коммуникаций с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами; технологиями продвижения и продаж гостиничного продукта.	Демонстрирует владения на высоком уровне способности: анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно; использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; деловой коммуникацией на втором иностранном языке.

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-3.1 ПК-4.1	ПК-1.2 ПК-3.2 ПК-4.2	ПК-1.3 ПК-3.3 ПК-4.3
1	Понятие и виды технологий продаж	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
2	Технологии ведения различных продаж	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
3	Активные личные продажи	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Тестирование №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.01 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2023/2024 учебного года

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-3.1 ПК-4.1	ПК-1.2 ПК-3.2 ПК-4.2	ПК-1.3 ПК-3.3 ПК-4.3
4	Стратегия и тактика ведения переговоров	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
5	Вступление в контакт с клиентом и способы коммуникации	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №3 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
6	Формирование навыков заключения сделки, достижение целей коммуникации	ПК-1 ПК-3 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №4 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Понятие и виды технологий продаж Рынок услуг индустрии гостеприимства. Современное состояние и тенденции развития рынка индустрии гостеприимства. Услуги индустрии гостеприимства. Специфика услуг индустрии гостеприимства. Виды продаж услуг индустрии гостеприимства, их характеристика. Прямая корпоративная продажа: структура процесса. Активные продажи. Структуризация и развитие клиентской базы. Способы формирования структуры клиентуры. Подходы к наполнению клиентской базы. Методы анализа клиентской базы и прогнозирования продаж. Подходы к планированию развития клиентской базы Практические занятия/самостоятельная работа: Понятие и виды технологий продаж. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Технологии ведения различных продаж Технологии ведения различных продаж в условиях кризиса. Развитие лидерских качеств у продавца: «Пришел, увидел, победил». Формирование позиции победителя, ситуационное лидерство в продажах. Стили по-ведения, приводящие к успеху. Лидерство 21 века. Современные техники салонных продаж. Установление эффективного контакта с клиентом. Выявление потребностей и определение типа личности клиента. Эффективная презентация товара или услуги. Методы лингвистического воздействия на клиента – эффективное владение речью. Выработка индивидуального стиля продаж и психологические установки продавца. Специфика телефонного контакта. Структура успешного общения по телефону. Телефонный звонок. Первое впечатление и цель звонка. Представление с максимальной эффективностью. Построение первой фразы. Слова раздражители и слова отторжения. Результативное завершение звонка Практические занятия/самостоятельная работа: Технологии ведения различных продаж Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Активные личные продажи Особенности переговоров в «больших» и «малых» продажах. Работа с требованиями и ожиданиями клиента. Получение обязательств. Подведение итога, формулировка окончательного предложения и совершение сделки. Внешние и внутренние факторы, которые тормозят или обеспечивают успех продавца. Способы самоподготовки и совершенствования навыков профессиональных переговоров с целью продаж. Практические занятия/самостоятельная работа: Активные личные продажи. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Стратегия и тактика ведения переговоров</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Стратегии получения выгоды (западный взгляд). Удержание намеченной линии, смена стратегии. Стратегемы – сценарии поведения с использованием хитрости с целью получения выгоды – стратегическая манипуляция контр-манипуляция оппонентом. Тактические способы воздействия – оказание влияния. Ключевые пункты ведения переговоров. Личностная сила переговорщика. Невербальная коммуникация. Методы невербальной коммуникации. Способы быстрого установления кон-такта и взаимопонимания с собеседником. Эффективное общение. Особенности мышления успешных продавцов. Психогеография: как правильно вы-брать место за столом переговоров. Невербальные методы управления. Язык тела. Эмоции как фактор принятия решений.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Стратегия и тактика ведения переговоров</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: Вступление в контакт с клиентом и способы коммуникации</p> <p>Типичные ошибки вступления в контакт. Методы экспресс-диагностики клиента. Оптимизация речевых формул начала общения. Работа с голосом. Голос как основное средство воздействия на собеседника. Определение особенностей собственного голоса, достижение максимальной эффективности использование его воз-можностей. Выяснение предпочтений клиента, способы получения достоверной информации. Способы выяснения пред-почтений. Умение задавать вопросы, на которые хочется ответить. Использование различных речевых приемов при выяснении предпочтений клиента. Способы выявления истинной цели собеседника через его речь. Выявление потребностей. Рациональные и эмоциональные потребности. Выявление основного интереса клиента. Виды и предназначение вопросов.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Вступление в контакт с клиентом и способы коммуникации</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 6: Формирование навыков заключения сделки, достижение целей коммуникации</p> <p>Презентация товара, услуг с учетом потребностей клиента. Трансляция предложения. Способы позиционирования товара. Речевые приемы убеждения. Преодоление возражений клиента, способы убеждения. Виды возражений и способы реакций на них. Использование возражений собеседника в собственных целях. Работа с «сомневающимся», «зреющим» клиентом. Ведение переговоров о цене. Установление отношений с разными типами клиентов. Формирование навыков определения готовности клиента к сделке. Способы подведения клиентов к сделке. Невербальные приемы в работе с клиентом. Правила завершения коммуникации. Разработка телефонного алгоритма.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Формирование навыков заключения сделки, достижение целей коммуникации</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом</p>

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8
Аудиторные занятия (АЗ):	42	42
Лекционные занятия (Лек)	14	14
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	28	28
Самостоятельная работа студента (СР)	60	60
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	60	60
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	48	48
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Понятие и виды технологий продаж	8	2	4	0	10	4
2	Технологии ведения различных продаж	8	2	4	0	10	4

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.01 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2023/2024 учебного года

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
3	Активные личные продажи	8	4	4	0	10	4
4	Стратегия и тактика ведения переговоров	8	2	4	0	10	4
5	Вступление в контакт с клиентом и способы коммуникации	8	2	6	0	10	6
6	Формирование навыков заключения сделки, достижение целей коммуникации	8	2	6	0	10	6
Итого:			14	28	0	60	28

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	12	12
Лекционные занятия (Лек)	6	6
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	117	117
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	117	117
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	18	18
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Понятие и виды технологий продаж	9	2	0	0	20	4
2	Технологии ведения различных продаж	9	0	2	0	19	4
3	Активные личные продажи	9	2	0	0	19	4
4	Стратегия и тактика ведения переговоров	9	0	2	0	19	4
5	Вступление в контакт с клиентом и способы коммуникации	9	2	0	0	20	6
6	Формирование навыков заключения сделки, достижение целей коммуникации	9	0	2	0	20	6
Итого:			6	6	0	117	28

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Боголюбов В. С. - Санкт-Петербургский государственный

экономический университет (г. Санкт-Петербург)., 2022 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-07413-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/finansovyy-menedzhment-v-turizme-i-gostinichnom-hozyaystve-491320>

2. **МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Скобкин С. С. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва)., 2022 г. - 197 с. - ISBN 978-5-534-07356-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-i-prodazhi-v-gostinichnom-biznese-492677>

3. **ТЕХНОЛОГИИ ГОСТИНИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА** 2-е изд. Учебник для вузов / Тимохина Т. Л. - Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)., 2022 г. - 300 с. - ISBN 978-5-534-14413-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologii-gostinichnoy-deyatelnosti-teoriya-i-praktika-489284>

Дополнительная литература:

1. **УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Кобяк М. В., Скобкин С. С. ; Под ред. Скобкина С. С. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва)., 2022 г. - 502 с. - ISBN 978-5-534-15142-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/upravlenie-kachestvom-gostinichnogo-predpriyatiya-492674>

2. **СЕРВИСОЛОГИЯ** 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Бражников М. А. - Самарский государственный технический университет (г. Самара)., 2022 г. - 144 с. - ISBN 978-5-534-13343-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/servisologiya-497410>

3. **МАРКЕТИНГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**. Учебник для вузов / Баумгартен Л. В. - Московский государственный лингвистический университет (г. Москва)., 2022 г. - 338 с. - ISBN 978-5-534-00581-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-gostinichnogo-predpriyatiya-489286>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arhiv.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. Hotelier.PRO [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://hotelier.pro>. - Текст: электронный
9. Hotel.report [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://hotel.report>. - Текст: электронный
10. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный
11. Sostav: реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.sostav.ru>. - Текст: электронный
12. AdIndex.ru: реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный
13. Экономический портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://institutiones.com>. - Текст: электронный
14. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный
15. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный
16. Executive.ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.e-executive.ru>. - Текст: электронный
17. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный
18. Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

3. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место

обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

4. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Тестирование №1

Задание 1.

Сочетание каких трех качеств менеджера по продажам важны для клиента на начальном этапе взаимодействия?

- А) Профильное образование, доскональное знание всех тонкостей продукта, привлекательный внешний вид.
- В) Заинтересованность проблемами клиента, компетентность, точность.
- С) Стратегическое мышление, энтузиазм, смелость.
- Д) все вышеперечисленное.

Задание 2.

Основная задача из сферы деятельности менеджера по продажам:

- А) Аналитика.
- В) Общение с клиентом.
- С) Продажи.
- Д) все вышеперечисленное.

Задание 3.

Отметьте общие черты между предпринимателем и менеджером по продажам:

- А) Менеджер по продажам воспринимает свой район сбыта так же, как предприниматель свою фирму.
- В) Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки, учитывая перспективу.
- С) Степень принятия рисков.
- Д) все вышеперечисленное.

Задание 4.

Какие три составляющие играют для менеджера по продажам решающую роль в начале процесса анализа ситуации на рынке?

- А) Клиент, продавец, продукт/товар.
- В) Структура сегмента рынка, оценка ситуации в нем с учетом продаваемого продукта, определение регионального сегмента с географической точки зрения.
- С) Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.
- Д) Сезонность, сегмент, продукт.

Задание 5.

Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги:

- А) Харизматичность менеджера по продажам.
- В) Давно сложившиеся отношения с предполагаемым клиентом.
- С) Высокая осведомленность менеджера по продажам о сложившихся на рынке условиях.
- Д) все вышеперечисленное.

Задание 6.

Основное преимущество для менеджера по продажам при наличии разработанного и непрерывно пополняемого электронного банка данных:

- А) Уверенность в постоянном доступе к самым «свежим» сведениям.
- В) Экономия времени.
- С) Соответствие профессиональным стандартам.
- Д) Коммуникабельность.

Задание 7.

Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:

- А) Продажа.
- В) Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.
- С) Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.
- Д) все вышеперечисленное.

Задание 8.

Почему в процессе телефонного разговора с клиентом предпочтительнее форма глаголов

настоящего времени, например, «Вы довольны нашей последней поставкой?» (вместо – «Вы были довольны нашей последней поставкой?»)?

- А) Так рекомендуют психологи.
- В) Форма настоящего времени сообщает собеседнику, что он является клиентом, а не был им в прошлом или станет в будущем.
- С) Так проще формулировать вопросы при разговоре с клиентом.
- Д) Правило русской речи.

Задание 9.

Какие преимущества получает менеджер по продажам, если с нужным человеком его соединяет по телефону секретарь?

- А) Можно преподнести свое предложение в наиболее выгодном свете.
- В) Можно познакомиться с девушкой.
- С) Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.
- Д) все вышеперечисленное.

Задание 10.

Отправляясь на первую встречу с потенциальным клиентом и не обладая информацией о традициях данной фирмы относительно служебной одежды сотрудников и их внешнего вида, менеджер по продажам должен одеться:

- А) В дорогой костюм в классическом стиле и использовать броские аксессуары для того, чтобы наверняка запомниться партнерам.
- В. В джинсы и джемпер темных тонов.
- С) В не слишком новый, но опрятный и выглаженный костюм в классическом стиле.
- Д) все вышеперечисленное.

Тестирование №2

Задание 1.

Демонстрационная папка нужна менеджеру по продажам в процессе общения с клиентом для:

- А) Унификации подхода менеджеров по продажам к процессу переговоров.
- В) Ссылок на различные документы и материалы, о которых может зайти речь в процессе разговора с клиентом.
- С) Продвижения своей компании с целью реализации ее стратегических целей.
- Д) все вышеперечисленное.

Задание 2.

В случае сравнения конкурентов решающее значение имеют два фактора:

- А) Соотношение цены и качества предоставляемых товаров.
- В) Соотношение цены и количества предоставляемых услуг.
- С) Соображения лояльности.
- Д) Качество и количество.

Задание 3.

Позитивная роль конкуренции заключается в:

- А) Регуляции динамики цен.
- В) Стимуляции к развитию сервиса.
- С) Созданию атмосферы гонки.
- Д) все вышеперечисленное.

Задание 4.

Выгодная цена не всегда является для клиента основным критерием в процессе принятия решения о сделке по причине:

- А) Клиент не умеет считать свои деньги.
- В) Запрос клиента предполагает удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.

С) Клиент пытается манипулировать.

Д) Клиенту не интересен продукт.

Задание 5.

Наиболее удачным ответом менеджера по продажам в ситуации, когда клиент указывает ему на преимущества конкурента, будет:

А) «Вы не правы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно».

В) «Давайте обсудим все преимущества наших конкурентов».

С) «Да, у наших коллег есть свои преимущества, а у нас – свои. Давайте поговорим о наших».

Д) все вышеперечисленное.

Задание 6.

Какие свои психологические ресурсы менеджер по продажам должен задействовать в процессе работы с возражениями?

А) Терпение.

В) Напористость.

С) Красноречие.

Д) все вышеперечисленное.

Задание 7.

Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас?»

А) «Да, у нас дорого».

В) «Да, вы правы, наши цены довольно высоки, причем это напрямую связано с высоким качеством нашей продукции».

С) «Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!»

Д) все вышеперечисленное.

Задание 8.

Ключевой клиент – это:

А) Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.

В) Представители крупных предприятий.

С) Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет.

Д) все вышеперечисленное.

Задание 9.

Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации?

А) Умение парировать агрессивные высказывания.

В) Сострадание и совестливость.

С) Невозмутимость и понимание состояния клиента.

Д) все вышеперечисленное.

Задание 10.

Работа по возвращению клиентов – это:

А) Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.

В) Умение приносить извинения за некачественную работу компании.

С) Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

Д) все вышеперечисленное.

Доклады, сообщение / Реферат №1

Темы докладов:

1. Стратегии получения выгоды (западный взгляд).
2. Ключевые пункты ведения переговоров.
3. Методы невербальной коммуникации.
4. Эффективное общение.

Доклады, сообщение / Реферат №2

1. Особенности мышления успешных продавцов.
2. Невербальные методы управления.
3. Эмоции как фактор принятия решений.

Собеседование, опрос / Контрольная работа №1

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии ведения различных продаж в условиях кризиса.
2. Стили поведения, приводящие к успеху.
3. Современные техники салонных продаж.
4. Установление эффективного контакта с клиентом.
5. Выявление потребностей и определение типа личности клиента.
6. Эффективная презентация товара или услуги.
7. Специфика телефонного контакта.
8. Структура успешного общения по телефону.

Собеседование, опрос / Контрольная работа №2

Задания для контрольной работы:

Вариант 1. Структура, особенности и потребительские свойства туристского продукта

Цель: выявление структуры, особенностей и потребительских свойств туристского продукта

Задачи:

- анализ подходов к классификации туристского продукта,
- изучение структурной модели туристского продукта;
- изучение и анализ специфических особенностей туристского продукта в аспекте влияния на персональную продажу;

Основные понятия:

- туристский продукт;
- структура туристского продукта;
- особенности туристского продукта;
- потребительские свойства туристского продукта.

Содержание:

1. Законодательно обусловленное понятие туристского продукта.
2. Элементы туристского продукта
3. Специфические особенности туристского продукта
4. Структурная модель туристского продукта
5. Классификация туристского продукта

Вариант 2. Современное состояние и тенденции развития маркетинга в аспекте их влияния на персональную продажу

Цель: анализ современного состояния и определение тенденций развития маркетинга в аспекте их влияния на технологию продаж

Задачи:

- провести анализ основных функций маркетинга в аспекте их влияния на продажу туристского продукта

Основные понятия:

- маркетинг;
- персональная продажа;
- этическая ответственность бизнеса.

Содержание:

1. Понятие и функции маркетинга.
2. Понятие маркетингового исследования.
3. Концепции маркетинговых технологий в области продаж туристского продукта

Вариант 3. Покупательское поведение потребителя

Цель: выявление основных факторов, влияющих на покупательское поведение потребителя

Задачи:

изучение потребительской мотивации;

- определение маркетинговых факторов, влияющих на продажу туристского продукта;
- определение факторов внешней среды, влияющих на поведение потребителя

Основные понятия:

- покупательское поведение;
- маркетинговые факторы;
- факторы внешней среды;
- «черный ящик» сознания потребителя;
- туристская мотивация.

Содержание:

1. Понятие мотивации.
2. Иерархия потребностей А. Маслоу.
3. Модель потребительского поведения
4. Туристские мотивации и их влияние на деятельность продавца туристского продукта
5. Процесс принятия решения о покупке туристского продукта
6. Понятие когнитивного диссонанса

Собеседование, опрос / Контрольная работа №3

Вариант 4. Управление контактом с клиентом

Цель: выявление технологии управления контактом с клиентом

Задачи:

- изучение техник и методов управления контактом с клиентом

Основные понятия:

- объект контакта;
- технология управления контактом;
- техники управления контактом;
- методы управления контактом.

Содержание:

1. Потребитель туристских услуг – кто он?
2. Понятие контакта и контактной зоны
3. Система управления контактом с клиентом.
4. Установление первоначального контакта с клиентом.
5. Вербальные и невербальные инструменты установления контакта с клиентом.
6. Основные требования к вербальному инструменту установления контакта.
7. Понятие «комплекса приветствия».

8. Поддержание конструктивного контакта с клиентом.

Вариант 5. Исследование потребностей клиента

Цель: характеристика методов исследования потребностей клиента

Задачи: изучение инструментов исследования потребностей клиентов

Основные понятия:

- потребность;
- техники задавания вопросов;
- техники активного слушания.

Содержание:

1. Понятие потребности.
2. Пирамида потребностей А. Маслоу
3. Основные типы вопросов.
4. Основные функции использования вопросов при исследовании потребностей клиента.
5. Понятие активного слушания.

Вариант 6. Презентация туристского продукта

Цель: характеристика технологии презентации туристского продукта

Задачи: изучение этапов презентации туристского продукта

Основные понятия:

- презентация туристского продукта;
- «язык выгод» клиента;
- фазы презентации и «эффект края».

Содержание:

1. Понятие презентации туристского продукта.
2. Структура презентации туристского продукта.
3. Цель презентации туристского продукта
4. Технология проведения презентации турпродукта.
5. Понятие рациональной аргументации.
6. Формирование дополнительных потребностей клиента.

Собеседование, опрос / Контрольная работа №4

Вариант 7. Управление возражениями клиента

Цель: анализ алгоритма действий продавца по управлению возражениями клиента

Задачи: изучение алгоритма действий продавца по управлению возражениями клиента

Основные понятия:

- понятие возражения клиента;
- объективные условия возражений;
- истинные возражения;
- ложные возражения.

Содержание:

1. Основные положения ФЗ «О защите прав потребителей»
2. Отличие возражений от объективных условий
3. Диагностика ложных возражений
4. Основные правила работы с возражениями
5. Виды сопротивлений клиента
6. Алгоритм обработки возражений

7. Способы и методы обработки возражений

Вариант 8. Послепродажное обслуживание клиента

Цель: выявление основных этапов послепродажного обслуживания клиентов

Задачи: изучение технологии послепродажного обслуживания клиентов

Основные понятия:

- когнитивный диссонанс;
- степень удовлетворения клиента;
- потребительская лояльность.

Содержание:

1. Понятие клиентоориентированного подхода.
2. Основные этапы послепродажного обслуживания
3. Роль продавца туристского продукта в формировании лояльности клиента
4. Тактика поведения продавца по отношению к клиенту.

Вариант 9. Программы формирования лояльности клиента

Цель: оформление макета программы формирования лояльности клиента

Задачи: изучение технологии формирования лояльности клиента

Основные понятия:

- типы потребителя;
- клиентская лояльность;
- программа формирования лояльности.

Содержание:

1. Понятие лояльности потребителя туристских услуг.
2. Основные типы потребителя.
3. Структура программы формирования лояльности потребителя.
4. Основные направления формирования лояльности потребителя туристских услуг.

Деловая и (или) ролевая игра / Кейс-задача №1

Задание для кейса «Выявление предпочтений покупателя»:

Семья Ивановых имеют двоих детей 8 и 5 лет. Хотят провести две недели за границей, на морском курорте. Направление для них особого значения не имеет, главное, чтобы там было тепло (но не очень жарко), а цены соответствовали доходам.

В реальности турпакет должен обладать целым комплексом характеристик, способных удовлетворить потребности всех членов семьи, часть из которых даже не были озвучены во время оформления заказа. В таблице представлен перечень гипотетических ожиданий семьи Ивановых. Довольно часто указанные потребности вступают в противоречие друг с другом (к примеру, качество устраивает, а стоимость нет, и наоборот) либо возникает конфликт интересов различных членов семьи.

Сегментация продукта	Характеристики
1. Направление	
2. Аэропорт	
3. Авиаперевозчик	
4. Трансфер	
5. Отель	Расположение: Персонал: Инфраструктура: Бар: Номер: Ресторан / питание:

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.01 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2023/2024 учебного года

6. Курортный представитель	
7. Туроператор	
8. Турагентство	
9. Дополнительные требования	

Пример:

Сегментация продукта	Характеристики
1. Направление	Не слишком длительный перелет, чистые песчаные пляжи, гарантированное количество солнечных дней, вечерние развлечения, хорошие магазины, умеренные цены, увлекательные экскурсии, доброжелательно настроенное местное население, безопасность, отсутствие языкового барьера.
2. Аэропорт	Отправление из местного аэропорта, наличие парковки, отсутствие больших скоплений людей, магазины дьюти-фри
3. Авиаперевозчик	Удобные рейсы, надежность, гарантии безопасности, заботливый, вежливый персонал. Подходящий тип воздушного судна.
4. Трансфер	Чистые, современные автобусы, надежные, опытные и дружелюбные водители и сопровождающие
5. Отель	Расположение: недалеко от пляжа, магазинов и т.д. Персонал: внушающий доверие, англоговорящий, компетентный, дружелюбный; инфраструктура: хорошее состояние помещений, приятный дизайн, тишина по ночам, адекватные места общего пользования, бассейн, соответствующие условия для детей. Бар: широкий ассортимент напитков по доступным ценам. Просторный номер с балконом, вид на море; удобные кровати, телефон, цветной телевизор, вместительные шкафы, полки, вешалки для одежды, душ, туалет. Ресторан / питание: вкусная разнообразная пища, свежеприготовленные блюда, адекватные порции, приятная атмосфера, комфорт, гибкий график, быстрое обслуживание, вежливые и дружелюбные официанты.
6. Курортный представитель	Компетентный, опытный, дружелюбный, надежный, всегда на связи
7. Туроператор	Оптимальное соотношение цены и качества, солидная репутация, надежность, система гарантий, дополнительные услуги
8. Турагентство	Удобное расположение, квалифицированный дружелюбный персонал, надежность, приятная обстановка, широкий перечень услуг (бесплатный трансфер, бесплатная страховка)
9. Дополнительные требования	Коммуникабельные попутчики со схожими интересами, «предвкушение», возможность узнать что-то новое и интересное, приятные впечатления

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)

1. Современное состояние и тенденции развития рынка индустрии гостеприимства.
2. Специфика услуг индустрии гостеприимства.
3. Виды продаж услуг индустрии гостеприимства, их характеристика.
4. Прямая корпоративная продажа: структура процесса.
5. Активные продажи. Структуризация и развитие клиентской базы.
6. Способы формирования структуры клиентуры.

7. Подходы к наполнению клиентской базы.
8. Методы анализа клиентской базы и прогнозирования продаж.
9. Подходы к планированию развития клиентской базы.
10. Технологии ведения различных продаж в условиях кризиса.
11. Современные техники салонных продаж.
12. Установление эффективного контакта с клиентом.
13. Выявление потребностей и определение типа личности клиента.
14. Эффективная презентация товара или услуги.
15. Методы лингвистического воздействия на клиента – эффективное владение речью.
16. Выработка индивидуального стиля продаж и психологические установки продавца.
17. Специфика телефонного контакта. Структура успешного общения по телефону.
18. Особенности переговоров в «больших» и «малых» продажах.
19. Работа с требованиями и ожиданиями клиента. Получение обязательств.
20. Подведение итога, формулировка окончательного предложения и совершение сделки.
21. Внешние и внутренние факторы, которые тормозят или обеспечивают успех продавца.
22. Эффективное общение. Особенности мышления успешных продавцов.
23. Выяснение предпочтений клиента, способы получения достоверной информации.
24. Использование различных речевых приемов при выяснении предпочтений клиента.
25. Выявление потребностей. Рациональные и эмоциональные потребности.
26. Выявление основного интереса клиента. Виды и предназначение вопросов.
27. Презентация товара, услуг с учетом потребностей клиента.
28. Способы позиционирования товара.
29. Преодоление возражений клиента, способы убеждения.
30. Правила завершения коммуникации.

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 2)

1. Из каких этапов состоит процесс выбора гостиницы?
2. Из каких источников потребитель может получить сведения о гостинице?
3. Какие факторы оказывают влияние на потребительский выбор?
4. От каких факторов зависит реакция потребителя на покупку?
5. Что отличает нужду от потребности?
6. Как используется теория мотивации А. Маслоу при изучении поведения потребителей?
7. Какие виды потребительских мотивов вам известны?
8. Какие методы применяются при изучении потребительских мотивов и предпочтений?
9. Дайте определение позиционирования.
10. Какие факторы могут быть положены в основу позиционирования?
11. В чём состоят цель и задачи управления продажами гостиничного предприятия?
12. Перечислите основные функции управления продажами.
13. Из каких этапов состоит управление продажами гостиничных продуктов?
14. Какими личностными и профессиональными качествами должен обладать персонал отдела продаж?
15. Назовите группы факторов, влияющих на принятие решения о покупке индивидуальными потребителями и потребителями-организациями.
16. Раскройте содержание стратегий увеличения продаж.
17. От каких факторов зависит определение потребительской ценности гостиничных услуг?
18. Какие отличительные особенности характерны для стратегий удовлетворённости потребителей?
19. Каким требованиям должно отвечать уникальное торговое предложение?
20. Перечислите составные элементы уникального торгового предложения.

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 3)

1. Выберите один вид турпродукта и проанализируйте весь «клубок мотиваций» туриста, выбирающего этот продукт (например, автобусный тур по Европе).
2. Составьте анкету из 10-15 вопросов для выяснения, пользуются ли жители вашего города ресурсами Интернет при приобретении турпродукта и почему?
3. Выбрав конкретную услугу, разработайте программу продвижения, с использованием таких форм прямого маркетинга, как директ-мейл, sms-рассылки. Аргументируйте свой ответ.
4. Выбрав конкретную услугу, разработайте программу продвижения, с использованием стимулирования сбыта, какие из методик стимулирования сбыта вы будете использовать, постарайтесь охватить не только потребителя, но и торговый персонал и посредников.
5. Сформулируйте 10 открытых вопросов, которые вы сможете задать своему клиенту в сконструированной вами ситуации.
6. Сформулируйте пять цепочек из трёх закрытых вопросов, подразумевающих положительный ответ клиента так, чтобы ответ на последний вопрос в цепочке также оказался утвердительным.
7. Составьте список наиболее часто встречающихся возражений, определите какие сопротивления, скорее всего, стоят за ними и придумайте несколько способов обработки этих возражений.
8. Разработайте анкету для гостей (туристов) конкретного отеля (фирмы) по выбору. Предложите несколько мероприятий направленных на формирование лояльности потребителя.
9. Клиент интересуется, в какой форме производится оплата труда, какими частями и т.д. Фирму устраивают любые варианты. Приведите несколько вариантов, не используя «равнодушных» выражений?
10. Клиент спрашивает, может ли он вылететь рейсом 26 июня, на который, как известно менеджеру, билетов нет. Подберите несколько вариантов ответа, не используя слова «нет».

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.01 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ПК-1 ПК-3 ПК-4	<p>Сформированы систематические представления о: целях и задачах деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания и организует их выполнение; основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; о способах практического использования мотивационных теорий и теорий лидерства в практике управления; основах организации производства продукции и обслуживания потребителей в ресторанном и гостиничном бизнесе с использованием специализированных программ</p> <p>Сформированы систематические представления об: основных принципах построения коллектива, условия его функционирования, систему существующих общественных отношений; основных теориях и концепциях взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; основных современных коммуникативных средствах, в том числе на иностранном(-ых) языке(-ах); о стилях делового общения, вербальных и невербальных средствах взаимодействия с партнерами. о принципах деловой коммуникации в устной и письменной формах; теории общения, способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; этику делового общения; правила речевого этикета;</p> <p>Сформированы систематические представления о: закономерностях, основных событиях и особенностях истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории; истории становления и развития государственности; культурных особенностях и традициях различных социальных групп; способах эффективного взаимодействия в сфере деловых отношений; о способах и методах взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами разных культур и народностей; особенностях формирования клиентурных отношений; особенностях обслуживания различных сегментов потребителей гостиничных услуг; о специализированных компьютерных программах, используемых на предприятиях сервиса;</p>	30

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
<p>Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сформированные дисциплиной)</p>	<p>ПК-1 ПК-3 ПК-4</p>	<p>Сформировано умение: организации оценки и планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; определять целесообразность использования тех или иных форм, методов и средств делегирования полномочий с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: в обеспечении планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания; осуществления формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; распределения полномочий и ответственности в организационной структуре управления; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; приемами проектирования организационных структур.</p> <p>Сформировано умение: выступать перед коллективом, излагать свои мысли, отстаивать свои убеждения; создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи; -ориентироваться в иерархии, распределении власти на организационном уровне; вести обсуждения спорных вопросов, не задевая партнера; обеспечивать эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем с учетом социально-культурных и психологических особенностей, осуществлять взаимодействие в коллективе; использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач;</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; к деловым коммуникациям; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.</p> <p>Сформировано умение: выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; давать оценку культурно-историческим ценностям России; выявлять потребности потребителя; работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности; обеспечивать; осуществлять эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем и другими заинтересованными сторонами с учетом социально-культурных и психологических особенностей, организации функциональных процессов в</p>	<p>30</p>

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.01 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
		гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей; Демонстрирует владения на высоком уровне способности: анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно; использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; деловой коммуникацией на втором иностранном языке.	

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
<p>Вопрос №3 Практическое задание (проверяет умения («уметь»)), проверяет практические навыки («владеть»)), сформированные дисциплиной)</p>	<p>ПК-1 ПК-3 ПК-4</p>	<p>Сформировано умение: организации оценки и планирования потребностей департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания в материальных ресурсах и персонале; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; определять целесообразность использования тех или иных форм, методов и средств делегирования полномочий с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: в обеспечении планирования текущей деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания; осуществления формирования и функционирования системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов в деятельности подразделений организации сферы гостеприимства и общественного питания; методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации; распределения полномочий и ответственности в организационной структуре управления; навыками разработки ценовой и сбытовой политики предприятий гостеприимства; приемами проектирования организационных структур.</p> <p>Сформировано умение: выступать перед коллективом, излагать свои мысли, отстаивать свои убеждения; создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи; -ориентироваться в иерархии, распределении власти на организационном уровне; вести обсуждения спорных вопросов, не задевая партнера; обеспечивать эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем с учетом социально-культурных и психологических особенностей, осуществлять взаимодействие в коллективе; использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач;</p> <p>Демонстрирует владения на высоком уровне способности: использования языковых средств для достижения профессиональных целей, ведения деловой переписки; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; к деловым коммуникациям; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.</p> <p>Сформировано умение: выявлять закономерности исторического развития России в контексте всемирной истории; давать оценку культурно-историческим ценностям России; выявлять потребности потребителя; работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности; обеспечивать; осуществлять эффективные межличностные взаимоотношения с потребителем и другими заинтересованными сторонами с учетом социально-культурных и психологических особенностей, организации функциональных процессов в</p>	<p>40</p>

43.03.03 Гостиничное дело, направленность (профиль) "Гостиничная деятельность"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.01 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
		гостиницах и других средствах размещения, соответствующих запросам потребителей; Демонстрирует владения на высоком уровне способности: анализа особенностей исторического развития России в контексте всемирной истории; деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации; выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно; использования информационно-коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе; деловой коммуникацией на втором иностранном языке.	