

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан естественно-географического
факультета



«30» августа 2019 г.

Рабочая программа по дисциплине
«Технология продаж в гостиничном бизнесе»

Уровень основной образовательной программы – бакалавриат

Направление подготовки - 43.03.03 Гостиничное дело

Профиль подготовки – гостиничная деятельность

Форма обучения – заочная

Срок освоения ООП – нормативный - 4 года 6 месяцев

Факультет – естественно-географический

Кафедра – экономической и социальной географии и туризма

Рязань 2019

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Технология продаж в гостиничном бизнесе» является овладение компетенциями, формирование у студентов системы знаний о процессах обслуживания клиентов и выработка навыков работы в использовании современных приемов продажи услуг гостиничного предприятия.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1 Учебная дисциплина «Технология продаж в гостиничном бизнесе» относится к дисциплинам базовой части (Б1.В.ОД.9).

2.2 Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

- Организация гостиничного дела;
- Маркетинг гостиничного предприятия.

2.3 Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной

- Реклама в гостиничном предприятии;
- Экономика гостиничного предприятия.

2.4. Перечень планируемых результатов по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№	Индекс компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	предмет изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарат дисциплины; значение продаж для развития гостиничного бизнеса; основные концепции маркетинга; понятие и виды сделок в индустрии туризма и гостеприимства	описывать предмет изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарат дисциплины; раскрывать значение продаж для развития гостиничного бизнеса; описывать основные концепции маркетинга; характеризовать виды сделок в индустрии туризма и гостеприимства	навыками описания предмета изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарата дисциплины; навыками анализа взаимосвязи продаж и развития гостиничного бизнеса; навыками характеристики концепций маркетинга; навыками описания видов сделок в туризме
2	ПК-4	Готовность анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы	структурную модель и особенности гостиничного продукта; клиентоориентированный подход в гостиничной индустрии; туристские мотивации; приемы воздействия на клиента; направление исследований потребителей гостиничного продукта; правила ведения переговоров о цене гостиничного продукта; приемы продаж, формирование лояльности потребителя; понятие лояльности клиента, программу повышения лояльности; направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами; типы потребителей гостиничного продукта; правила оформления мест продажи; подходы к понятию рекламного аргумента; особенности договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства	описывать структурную модель и особенности гостиничного продукта; раскрывать содержание клиентоориентированного подхода в гостиничной индустрии; описывать туристские мотивации; раскрывать приемы воздействия на клиента; характеризовать направления исследований потребителей гостиничного продукта; описывать правила ведения переговоров о цене гостиничного продукта; раскрывать приемы продаж, формирование лояльности потребителя; описывать понятие лояльности клиента, программу повышения лояльности; описывать направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами; характеризовать типы потребителей гостиничного продукта и их потребности; раскрывать правила оформления мест продажи; описывать подходы к	навыками анализа влияния структурной модели и особенностей гостиничного продукта на организацию продаж; навыками характеристики клиентоориентированного подхода в гостиничной индустрии; навыками характеристики влияния туристских мотиваций на технологию продаж; навыками характеристики приемов воздействия на клиента; навыками характеристики исследований потребителей гостиничного продукта; навыками характеристики правил ведения переговоров о цене гостиничного продукта; навыками описания приемов продаж, формирование лояльности потребителя; навыками характеристики понятия лояльности клиента, программы повышения лояльности; навыками описания направление подготовки

				<p>понятию рекламного аргумента; раскрывать особенности договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства</p>	<p>менеджера по продажам к работе с клиентами; навыками описания типов потребителей гостиничного продукта и их потребностей; навыками раскрытия правил оформления мест продажи; навыками описания подходов к понятию рекламного аргумента; навыками характеристики особенностей договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства</p>
3	ПК-7	<p>Готовность применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем</p>	<p>психологические процессы, влияющие на технологию продаж; этапы процесса принятия решения клиентом о покупке; каналы распределения гостиничного продукта, их виды; понятие электронной коммерции; подходы к презентации гостиничного продукта; источник, способы управления и обработки возражений; приемы стимулирования клиента на покупку; подходы к работе с жалобами и претензиями клиентов; особенности телефонной коммуникации в туризме; подходы к бронированию гостиничного продукта и учета индивидуальных требований к клиенту; подходы к работе с жалобами клиентов</p>	<p>описывать психологические процессы, влияющие на технологию продаж; описывать этапы процесса принятия решения о покупке; характеризовать каналы распределения гостиничного продукта, их виды, взаимоотношения между участниками каналов; описывать электронную коммерцию; характеризовать презентацию гостиничного продукта; описывать источник, способы управления и обработки возражений; раскрывать содержание приемов стимулирования клиента на покупку; описывать подходы к работе с жалобами и претензиями клиентов; характеризовать особенности телефонной коммуникации в туризме; описывать подходы к бронированию гостиничного продукта и учета индивидуальных требований к клиенту; описывать подходы к работе с жалобами клиентов</p>	<p>навыками анализа влияния психологических процессов на технологию продаж; навыками характеристики этапов процесса принятия решения клиентом о покупке; владеть навыками составления каналов распределения гостиничного продукта; навыками характеристики использования электронной коммерции в гостиничном бизнесе; навыками разработки презентации гостиничного продукта; навыками характеристики источника, способов управления и обработки возражений; навыками характеристики приемов стимулирования клиента на покупку; навыками описания подходов к работе с жалобами и претензиями клиентов; навыками характеристики особенности телефонной коммуникации в туризме; навыками характеристики подходов к бронированию гостиничного продукта и учету индивидуальных требований к клиенту; навыками характеристики подходов к работе с жалобами клиентов</p>

2.5 Карта компетенций дисциплины.

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Технология продаж в гостиничном бизнесе					
Цель дисциплины	является овладение компетенциями, формирование у студентов системы знаний о процессах обслуживания клиентов и выработка навыков работы в использовании современных приемов продажи услуг гостиничного предприятия				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	Знать: предмет изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарат дисциплины; значение продаж для развития гостиничного бизнеса; основные концепции маркетинга; понятие и виды сделок в индустрии туризма и гостеприимства; Уметь: описывать предмет изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарат дисциплины; раскрывать значение продаж для развития гостиничного бизнеса; описывать основные концепции маркетинга; характеризовать виды сделок в индустрии туризма и гостеприимства; навыками описания предмета изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарата дисциплины; Владеть: навыками анализа взаимосвязи продаж и развития гостиничного бизнеса; навыками характеристики концепций маркетинга; навыками описания видов сделок в туризме	Тестирование Собеседование по лабораторной работе. Работа с учебной и научной литературой, материалами периодической печати и Интернет, для подготовки реферата-презентации.	Тест Лабораторная работа Реферат-презентация Экзамен	ПОРОГОВЫЙ предмет изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарат дисциплины; значение продаж для развития гостиничного бизнеса; основные концепции маркетинга; понятие и виды сделок в индустрии туризма и гостеприимства ПОВЫШЕННЫЙ описывать предмет изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарат дисциплины; раскрывать значение продаж для развития гостиничного бизнеса; описывать основные концепции маркетинга; характеризовать виды сделок в индустрии туризма и гостеприимства; навыками описания предмета изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарата дисциплины; навыками анализа взаимосвязи продаж и развития гостиничного бизнеса; навыками характеристики концепций маркетинга; навыками описания видов сделок в туризме
Профессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				

ПК-4	<p>Готовность анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы</p>	<p>Знать: структурную модель и особенности гостиничного продукта; клиентоориентированный подход в гостиничной индустрии; туристские мотивации; приемы воздействия на клиента; направление исследований потребителей гостиничного продукта; правила ведения переговоров о цене гостиничного продукта; приемы продаж, формирование лояльности потребителя; понятие лояльности клиента; программу повышения лояльности; направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами; типы потребителей гостиничного продукта; правила оформления мест продажи; подходы к понятию рекламного аргумента; особенности договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства;</p> <p>Уметь: описывать структурную модель и особенности гостиничного продукта; раскрывать содержание клиентоориентированного подхода в гостиничной индустрии; описывать туристские мотивации; раскрывать приемы воздействия на клиента; характеризовать направления исследований потребителей гостиничного продукта; описывать правила ведения переговоров о цене гостиничного продукта; раскрывать приемы продаж, формирование лояльности потребителя; описывать понятие лояльности клиента, программу повышения лояльности; описывать направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами; характеризовать типы потребителей гостиничного продукта и их потребности; раскрывать правила оформления мест продажи; описывать подходы к понятию рекламного аргумента; раскрывать особенности договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства; навыками анализа влияния структурной модели и особенностей гостиничного продукта на организацию продаж; навыками характеристики клиентоориентированного подхода в гостиничной индустрии; навыками характеристики влияния туристских</p>	<p>Тестирование Собеседование по лабораторной работе. Работа с учебной и научной литературой, материалами периодического печати и Интернет, для подготовки реферата-презентации.</p>	<p>Тест Лабораторная работа Реферат-презентация Экзамен</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ структурную модель и особенности гостиничного продукта; клиентоориентированный подход в гостиничной индустрии; туристские мотивации; приемы воздействия на клиента; направление исследований потребителей гостиничного продукта; правила ведения переговоров о цене гостиничного продукта; приемы продаж, формирование лояльности потребителя; понятие лояльности клиента, программу повышения лояльности; направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами; типы потребителей гостиничного продукта; правила оформления мест продажи; подходы к понятию рекламного аргумента; особенности договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ описывать структурную модель и особенности гостиничного продукта; раскрывать содержание клиентоориентированного подхода в гостиничной индустрии; описывать туристские мотивации; раскрывать приемы воздействия на клиента; характеризовать направления исследований потребителей гостиничного продукта; описывать правила ведения переговоров о цене гостиничного продукта; раскрывать приемы продаж, формирование лояльности потребителя; описывать понятие лояльности клиента, программу повышения лояльности; описывать направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами; характеризовать типы потребителей гостиничного продукта и их потребности; раскрывать правила оформления мест продажи; описывать подходы к понятию рекламного аргумента; раскрывать особенности договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства; навыками анализа влияния структурной модели и особенностей гостиничного продукта на организацию продаж; навыками характеристики клиентоориентированного подхода в гостиничной индустрии; навыками характеристики влияния туристских мотиваций на технологию продаж; навыками</p>
------	---	--	--	---	---

		<p>мотиваций на технологию продаж; навыками характеристики приемов воздействия на клиента;</p> <p>Владеть: навыками характеристики исследований потребителей гостиничного продукта; навыками характеристики правил ведения переговоров о цене гостиничного продукта; навыками описания приемов продаж, формирование лояльности потребителя; навыками характеристики понятия лояльности клиента, программы повышения лояльности; навыками описания направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами; навыками описания типов потребителей гостиничного продукта и их потребностей; навыками раскрытия правил оформления мест продажи; навыками описания подходов к понятию рекламного аргумента; навыками характеристики особенностей договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства</p>			<p>характеристики приемов воздействия на клиента; навыками характеристики исследований потребителей гостиничного продукта; навыками характеристики правил ведения переговоров о цене гостиничного продукта; навыками описания приемов продаж, формирование лояльности потребителя; навыками характеристики понятия лояльности клиента, программы повышения лояльности; навыками описания направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами; навыками описания типов потребителей гостиничного продукта и их потребностей; навыками раскрытия правил оформления мест продажи; навыками описания подходов к понятию рекламного аргумента; навыками характеристики особенностей договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства</p>
--	--	---	--	--	--

Профессиональные компетенции:

КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Форма оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ПК-7	Готовность применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем	<p>Знать: психологические процессы, влияющие на технологию продаж; этапы процесса принятия решения клиентом о покупке; каналы распределения гостиничного продукта, их виды; понятие электронной коммерции; подходы к презентации гостиничного продукта; источник, способы управления и обработки возражений; приемы стимулирования клиента на покупку; подходы к работе с жалобами и претензиями клиентов; особенности телефонной коммуникации в туризме; подходы к бронированию гостиничного продукта и учета индивидуальных требований к клиенту; подходы к работе с жалобами клиентов;</p> <p>Уметь: описывать психологические процессы, влияющие на технологию продаж; описывать этапы процесса принятия решения о покупке;</p>	<p>Тестирование</p> <p>Собеседование по лабораторной работе.</p> <p>Работа с учебной и научной литературой, материалами периодической печати и Интернет, для подготовки реферата-презентации.</p>	<p>Тест</p> <p>Лабораторная работа</p> <p>Реферат-презентация</p> <p>Экзамен</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ</p> <p>психологические процессы, влияющие на технологию продаж; этапы процесса принятия решения клиентом о покупке; каналы распределения гостиничного продукта, их виды; понятие электронной коммерции; подходы к презентации гостиничного продукта; источник, способы управления и обработки возражений; приемы стимулирования клиента на покупку; подходы к работе с жалобами и претензиями клиентов; особенности телефонной коммуникации в туризме; подходы к бронированию гостиничного продукта и учета индивидуальных требований к клиенту; подходы к работе с жалобами клиентов</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ</p> <p>описывать психологические процессы, влияющие на технологию продаж; описывать</p>

		<p>характеризовать каналы распределения гостиничного продукта, их виды, взаимоотношения между участниками каналов; описывать электронную коммерцию; характеризовать презентацию гостиничного продукта; описывать источник, способы управления и обработки возражений; раскрывать содержание приемов стимулирования клиента на покупку; описывать подходы к работе с жалобами и претензиями клиентов; характеризовать особенности телефонной коммуникации в туризме; описывать подходы к бронированию гостиничного продукта и учета индивидуальных требований к клиенту; описывать подходы к работе с жалобами клиентов; навыками анализа влияния психологических процессов на технологию продаж;</p> <p>Владеть: навыками характеристики этапов процесса принятия решения клиентом о покупке; владеть навыками составления каналов распределения гостиничного продукта; навыками характеристики использования электронной коммерции в гостиничном бизнесе; навыками разработки презентации гостиничного продукта; навыками характеристики источника, способов управления и обработки возражений; навыками характеристики приемов стимулирования клиента на покупку; навыками описания подходов к работе с жалобами и претензиями клиентов; навыками характеристики особенности телефонной коммуникации в туризме; навыками характеристики подходов к бронированию гостиничного продукта и учету индивидуальных требований к клиенту; навыками характеристики подходов к работе с жалобами клиентов</p>		<p>этапы процесса принятия решения о покупке; характеризовать каналы распределения гостиничного продукта, их виды, взаимоотношения между участниками каналов; описывать электронную коммерцию; характеризовать презентацию гостиничного продукта; описывать источник, способы управления и обработки возражений; раскрывать содержание приемов стимулирования клиента на покупку; описывать подходы к работе с жалобами и претензиями клиентов; характеризовать особенности телефонной коммуникации в туризме; описывать подходы к бронированию гостиничного продукта и учета индивидуальных требований к клиенту; описывать подходы к работе с жалобами клиентов; навыками анализа влияния психологических процессов на технологию продаж; навыками характеристики этапов процесса принятия решения клиентом о покупке; владеть навыками составления каналов распределения гостиничного продукта; навыками характеристики использования электронной коммерции в гостиничном бизнесе; навыками разработки презентации гостиничного продукта; навыками характеристики источника, способов управления и обработки возражений; навыками характеристики приемов стимулирования клиента на покупку; навыками описания подходов к работе с жалобами и претензиями клиентов; навыками характеристики особенности телефонной коммуникации в туризме; навыками характеристики подходов к бронированию гостиничного продукта и учету индивидуальных требований к клиенту; навыками характеристики подходов к работе с жалобами клиентов</p>
--	--	--	--	---

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		№ 6	№ 7	
		часов	часов	
1	2	3	3	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	20	16	4	
В том числе:				
Лекции (Л)	6	6		
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)				
Лабораторные работы (ЛР)	14	10	4	
2. Самостоятельная работа студента (всего)	115	56	59	
В том числе	-	-		
<i>СРС в семестре:</i>	115	56	59	
Подготовка к письменному отчету-защите по практическим работам	83	46	37	
Подготовка к индивидуальному собеседованию	24	10	14	
Подготовка к тестированию знаний фактического материала	8		8	
<i>СРС в период сессии</i>	9		9	
Вид промежуточной аттестации	экзамен	экзамен	экзамен	
ИТОГО: Общая трудоемкость	часов	144	72	72
	зач. ед.	4	2	2

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
6	1	Специфика гостиничного продукта.	Основные понятия и определения. Особенности гостиничного продукта и их влияние на технологию продаж. Структурная модель гостиничного продукта.
6	2	Маркетинг в индустрии гостеприимства	Основные концепции маркетинга. Социально-этическая концепция маркетинга. Концепция маркетинга взаимоотношений. Клиентоориентированный подход в индустрии гостеприимства. Формы продаж гостиничного продукта. Подходы к ценообразованию гостиничного продукта.
7	3	Основные формы	Факторы, влияющие на продажи в

		продаж продуктов индустрии гостеприимства	гостиничных предприятий. Туристские мотивации, их влияние на технологию продаж. Психологические процессы, влияющие на технологию продаж. Технология контакта с клиентом. Покупательское поведение. Стимулирование клиента на продажу. Каналы распределения гостиничного продукта. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Прямой маркетинг.
7	4	Работа менеджера по продажам с клиентами	Технология управления контактом с клиентом. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиента. Презентация продукта гостиничного предприятия. Управление возражениями клиента. Стимулирование клиента на покупку. Договорные отношения в индустрии туризма и гостеприимства. Работа с жалобами и претензиями.

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
			Л	ПР	СРС	всего
1	2	3	4	5	6	7
6	1	Специфика гостиничного продукта.	2	4	20	26
6	2	Маркетинг в индустрии гостеприимства	4	6	36	46
		ИТОГО за семестр	6	10	56	72
7	3	Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства		2	27	29
7	4	Работа менеджера по продажам с клиентами		2	32	34
		ИТОГО за семестр		4	59	63
		ИТОГО	6	14	115	135

2.3. Лабораторный практикум

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование лабораторных работ	Всего часов
1	2	3	4	5
6	1	Специфика	1. Технология гостиничной	2

		гостиничного продукта.	деятельности 2. Гостиничный продукт	2
6	2	Маркетинг в индустрии гостеприимства	3. Основные концепции маркетинга 4. Сбытовая стратегия предприятия 5. Продажи гостиничного продукта	2 2 2
		Итого за семестр		10
7	3	Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства	6. Технология контакта с клиентом	2
7	4	Работа менеджера по продажам с клиентами	11. Презентация гостиничного продукта 12-13. Разработка презентации гостиничного продукта 14. Управление возражениями клиентов 15. Работа с возражениями клиента	2
7		ИТОГО в семестре		4
		всего		14

2.4. Примерная тематика курсовых работ

1. Основные категории покупателей гостиничных услуг. Особенности организации работы с ними.
2. Организации рекламной деятельности на предприятиях гостиничного комплекса.
3. Организация и совершенствование службы маркетинга на предприятиях гостеприимства.
4. Формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия.
5. Стимулирование сбыта в коммуникационной политике гостиницы.
6. Формирование ценовой стратегии гостиничного предприятия.
7. Пути формирования позитивного имиджа гостиничного предприятия.
8. Веб-сайт гостиничного предприятия как инструмент активных продаж.
9. Особенности сегментирования рынка гостиничных услуг.
10. Формирование ассортиментной политики на предприятиях гостеприимства.
11. Формирование фирменного стиля гостиничного предприятия.
12. Анализ рынка гостиничных услуг и перспективы его развития.
13. Современные подходы к характеристике потребителей гостиничных услуг.
14. Сущность и особенности гостиничного продукта, способы его формирования.
15. Пути повышения конкурентно способности предприятия гостеприимства.
16. Инновационная деятельность как направление товарной политики гостиничного предприятия.
17. Моделирование поведения потребителей гостиничных услуг.
18. Связи с общественностью как элемент системы маркетинговых коммуникаций гостиницы.
19. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций гостиницы.
20. Распределение и сбыт услуг гостиничного предприятия.
21. Разработка и управление товарным ассортиментом в мини-гостинице.
22. Особенности деятельности отдела продаж гостиницы
23. Процесс продаж номерного фонда.
24. Способы организации эффективных продаж номерного фонда гостиничного предприятия.
25. Технические средства обеспечения работы службы бронирования
26. Организация дополнительных услуг гостиничного предприятия, как способ увеличения продаж
27. Анализ современных тенденций развития технологий продаж в мировой гостиничной индустрии

28. Анализ факторов, влияющих на продажи в гостиничной индустрии одной из стран (по выбору студента)

29. Анализ продаж в гостиничной индустрии одного из регионов современной России (по выбору студента)

30. Влияние политики ценообразования гостиничного предприятия на продажи

31. Особенности технологий продаж в гостиницах, входящих в российские гостиничные цепи

32. Классификация гостиниц в РФ как инструмент продаж

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Виды СРС	Всего часов
1	2	3	4	5
6	1.	Специфика гостиничного продукта.	1. Подготовка к практической работе 1: работа с учебниками – 4 часа; работа с базами данных – 4 часа 2. Подготовка к практической работе 2: работа с учебниками – 4 часа; работа с базами данных – 4 часа 3. Подготовка к устному индивидуальному собеседованию по материалам практической работы (4 часа)	20
6	2.	Маркетинг в индустрии гостеприимства	1. Подготовка к практической работе 3: работа с учебниками – 5 часа; работа с базами данных – 5 часа 2. Подготовка к практической работе 4: работа с учебниками – 5 часа; работа с базами данных – 5 часа 3. Подготовка к практической работе 5: работа с учебниками – 5 часа; работа с базами данных – 5 часа 4. Подготовка к устному индивидуальному собеседованию по материалам практической работы (6 часа)	36
ИТОГО в семестре:				56

7	3.	Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства	1. Подготовка к практической работе 6 работа с учебниками – 7 часов; работа с лекциями – 7 часов работа с базами данных – 7 часов 2. Подготовка к устному индивидуальному собеседованию по материалам практической работы (6 часов)	27
7	4.	Работа менеджера по продажам с клиентами	1. Подготовка к практической работе 7 работа с учебниками – 8 часа; базами данных – 8 часа 3. Подготовка к устному индивидуальному собеседованию по материалам практической работы (8 часа) 4. Тестирование (8 часа)	32
ИТОГО в семестре:				59
ИТОГО				115

3.2. График работы студента

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Вопросы для самостоятельной работы студентов:

1. Развитие продаж и их роль в маркетинге.
2. Классификация основных стадий процесса продажи.
3. Характеристика стадии познания и ее основные этапы.
4. Характеристика стадии восприятия и ее основные этапы.
5. Характеристика стадии мотивации и ее основные этапы.
6. Характеристика стадии обучения и ее основные этапы.
7. Мотивы покупок и условия их проявления.
8. Послепокупочный диссонанс и способы его преодоления.
9. Требования к внешним данным продавца.
10. Структура личности продавца и ее влияние на эффективность его трудовой деятельности.
11. Визуальные типы покупателей и их экспресс-оценка.
12. Психологические типы покупателей и их визуальные характеристики.
13. Экономические и социальные типы покупателей. Особенности работы с ними.
14. Основные способы устного предложения и условия их применения.
15. Стадии деловой беседы в процессе продажи товаров и услуг.
16. Визуальная оценка готовности клиента к совершению сделки.
17. Активные и пассивные приемы продажи. Условия их эффективного применения.
18. Классификация методов и форм продажи.
19. Принципы формирования экстерьера и интерьера мест продажи.
20. Качество торгового обслуживания и методы его оценки.
21. Культура торгового обслуживания и методы ее оценки.
22. Способы планировки мест продажи и условия их применения.
23. Классификация возможных целей воздействия на потенциальных покупателей.
24. Рекламный аргумент: способы его создания и оценка эффективности альтернативных вариантов.
25. Превентивные способы оценки эффективности рекламных аргументов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине призвана не только закреплять и углублять знания, полученные на аудиторных занятиях, но и

формировать умения ориентироваться в многообразии материала, умения обобщать, реферировать, умения организовать свое время, способствовать развитию у студентов творческих навыков, выразить свою точку зрения на изученные вопросы и задания. При выполнении самостоятельной работы студенту необходимо прочитать теоретический материал не только в учебниках и учебных пособиях, указанных в библиографических списках, но и познакомиться с монографическими исследованиями.

3.3.1. Контрольные работы/рефераты (в пункте подраздела указываются примерные темы контрольных работ и рефератов и даются необходимые рекомендации по их выполнению.)

Примерные темы рефератов

1. Сущность, роль и особенности работы предприятий в рыночных условиях. Типы предприятий, отраслевая дифференциация.
2. Основные функции и цели предприятия в условиях рынка.
3. Факторы, влияющие на эффективное функционирование предприятия.
4. Принципы организации маркетинговой группы на гостиничных предприятиях
5. Основные этапы разработки плана маркетинга
6. Маркетинговый аудит и его основные составляющие
7. Анализ конкуренции и методы его проведения
8. «Профиль клиента»: определение; информация, содержащаяся в этом документе
9. Основные стратегии позиционирования гостиничного предприятия
10. Требования, предъявляемые к разработке маркетинговых целей
11. Методы установления маркетингового бюджета. Наилучший тип маркетингового бюджета для предприятий гостиничной индустрии
12. Личная продажа услуг в гостиничной индустрии
13. Основные типы личных продаж в гостиничной индустрии
14. Перечень и характеристика основных категорий невербальных коммуникаций
15. Этапы проведения торговой презентации
16. Данные, необходимые для успешного проведения презентаций
17. Приемы, используемые агентами по личным продажам в гостиничной индустрии
18. Причины возможного срыва проведения торговой презентации.
19. Актуальные способы оценки эффективности рекламных аргументов.
20. Способы повышения эффективности устных рекламных аргументов.

21. Способы повышения эффективности рекламных аргументов.
22. Способы повышения эффективности видеорекламных аргументов.
23. Составление сметы затрат на стимулирование сбыта товаров и услуг. Принципы контроля расходов.
24. Влияние динамики цен на объемы реализации товаров и услуг.
25. Основные варианты расчета оптимальных цен и условия их применения.
26. Способы повышения психологического воздействия цен на поведение покупателей.
27. Ценовые методы стимулирования сбыта и условия их применения.
28. Экономические неценовые методы стимулирования сбыта и условия их применения.
29. Цветовые решения интерьера и их влияние на покупательское поведение.
30. Принципы размещения товаров и услуг в местах продажи.
31. Освещение мест продажи и покупательная активность.
32. Формы оплаты труда продавцов и их влияние на интенсивность и качество торгового обслуживания.
33. Принципы проектирования оптимальных систем оплаты труда продавцов.
34. Влияние потребителя на процесс производства гостиничных услуг.
35. Способы сбыта гостиничных услуг.
36. Скидки и бесплатные дополнительные услуги как эффективное средство увеличения продаж

Рекомендации к подготовке рефератов

Тема рефератов определяется программой курса и индивидуально преподавателем и студентом. Он должен раскрыть обозначенную проблему на основе проработки литературных источников и материалов периодической печати, а также материалов Интернет.

В начале реферата обозначается цель работы и проводится ее план. В конце прилагается список использованных источников с указанием страницы для статьи – для страницы издания. В тексте необходимы ссылки на источники. Содержание реферата представляется на практической работе с последующим обсуждением. Реферат должен быть выполнен аккуратно, ярким литературным языком, напечатан, с выполнением требований к их оформлению. Подготовка реферата преследует целью выявление возможностей студента работать самостоятельно, анализировать и обобщать использованный материал.

Темы контрольных работ

1. Гостиничная деятельность: сущность, цели и задачи.
2. Роль и место гостеприимства в сфере услуг
3. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии туризма и гостеприимства
4. Оценка эффективности методов и средств рекламной компании предприятия индустрии гостеприимства
5. Характеристика рынка гостиничных услуг, его сущность и функции
6. Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе
7. Характеристика основных стадий процесса продажи.
8. Гостиничный продукт, особенности формирования и продвижения
9. Формирование базы данных клиентов и ее использование
10. Мотивы покупок и условия их проявления
11. Структура личности продавца и ее влияние на эффективность его трудовой деятельности.
12. Визуальные типы покупателей и их экспресс-оценка.
13. Экономические и социальные типы покупателей. Особенности работы с ними.
14. Стадии деловой беседы в процессе продажи товаров и услуг.
15. Гостиничный тариф: понятие, виды, способы формирования
16. Сделка, виды сделок в индустрии туризма и гостеприимства
17. Сделка на условиях «Договора агентского соглашения» (существенные условия).
18. Каналы сбыта и особенности продвижения гостиничного продукта
19. Виды договоров между туроператором и гостиничным предприятием
20. Принципиальные условия договора туристской фирмы с гостиничным предприятием
21. Активные и пассивные приемы продажи. Условия их эффективного применения.
22. Маркетинговые исследования, их роль и значение в формировании информационной базы предприятий гостеприимства
23. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий
24. Ценообразование на рынке гостиничного продукта
25. Рынок туристских и гостиничных услуг и его компоненты
26. Анализ сайта предприятия индустрии туризма и гостеприимства в регионе (по выбору студента)
27. Разработка рекламной программы при открытии нового предприятия индустрии гостеприимства
28. Разработка рекламной программы для обеспечения роста продаж действующего предприятия индустрии гостеприимства.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (см. Фонд оценочных средств)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1	Виноградова Т.В. Технологии продаж услуг туристской индустрии [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Туризм" / Т. В. Виноградова, Н. Д. Загорин, Р. Ю. Тубелис. - М. : Академия, 2010. - 240 с.	1-4	6	10	
2	Ворох, Н.И. Технологии продаж [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.И. Ворох, Г.А. Смирнова. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2014. — 386 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/64081 . — Загл. с экрана.(15.10.19)	1-4	6	ЭБС	
3	Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 218 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04421-8. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39349 (16.10.2019).	1-4	6	ЭБС	
4	Белоусова, Л.А. Маркетинг в социальной сфере : учебно-методическое пособие / Л.А. Белоусова. - Екатеринбург : ГОУ ВПО «Уральский государственный технический университет Г УПИ», 2005. - 53 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39349 (16.10.2019).	1-4	6	ЭБС	

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1	Саак А.Э. Маркетинг в социально - культурном сервисе и туризме [Текст] / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. - СПб. : Питер, 2007. - 480 с.	1-4	6	22	
2	Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг [Текст] : практикум: учебное пособие / под ред. Т. Д. Бурменко. - М. : КноРус, 2016. - 422 с.	1-4	6	15	
3	Баумгартен Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Текст] : практикум / Л. В. Баумгартен. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2016. - 216 с	1-4	6	17	
4	Турковский Марек. Маркетинг гостиничных услуг [Текст] : учебно - методическое пособие / М. Турковский. - М. : Финансы и статистика, 2006. - 296 с.	1-4	6	10	
5	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 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713 (16.10.2019).	1-4	6	ЭБС	
6	Панина, З.И. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса : практикум / З.И. Панина, М.В. Виноградова. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 244 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01984-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=419566 (16.12.2019).	1-4	6	ЭБС	

7	Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для академического бакалавриата / Л. В. Баумгартен. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 338 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00581-3. [Электронный ресурс]. - URL: https://www.biblio-online.ru/book/A5C2BCE9-AB75-44C1-B75D-59841C8FA74E (16.10.2019).	1-4	6	ЭБС	
8	Тультаев, Т.А. Маркетинг гостеприимства : учебно-методический комплекс / Т.А. Тультаев. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 295 с. - ISBN 978-5-374-00499-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=91069 (16.10.2019).	1-4	6	ЭБС	

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. LIBRARY.RU [Электронный ресурс] : информационно-справочный портал. – Режим доступа: <http://www.library.ru>, свободный (дата обращения: 15.10.2019).
2. Библиотека учебной и научной литературы [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Режим доступа: <http://sbiblio.com/biblio>, свободный (дата обращения: 15.10.2019).
3. КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>, свободный (дата обращения: 15.10.2019).
4. Научная библиотека РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru>, свободный (дата обращения: 15.10.2019).
5. Труды преподавателей [Электронный ресурс] : коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 15.10.2019).
6. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 15.10.2019).
7. Электронный каталог НБ РГУ имени С. А. Есенина [Электронный ресурс] : база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ РГУ имени С. А. Есенина. – Рязань, [1990 -]. – Режим доступа: <http://library.rsu.edu.ru/marc>, свободный (дата обращения: 15.10.2019).
8. Юрайт [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru> (дата обращения: 20.04.2019).

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. ADVERTOLOGY. Наука о рекламе. [Электронный ресурс] : портал. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru>, свободный (дата обращения: 15.11.2019).
2. World Tourism [Электронный ресурс] : [сайт]. – Режим доступа: <http://www.world-tourism.org>, свободный (дата обращения: 15.11.2019).
3. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>, свободный (дата обращения: 15.11.2019).
4. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : интернет-проект. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>, свободный (дата обращения: 15.11.2019).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

Стандартно оборудованные лекционные аудитории

Аудитории, оборудованные мультимедийными проекторами, системными блоками, интерактивная доска используемые в учебном процессе.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: стандартное оборудование для учебной аудитории.

6.3. Требования к специализированному оборудованию:

Специализированное оборудование не требуется.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Во время лекции студенты должны внимательно слушать преподавателя, не отвлекаться. Во время чтения лекции преподавателем студенты составляют конспект: кратко, схематично, последовательно фиксируют основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечают важные мысли, выделять ключевые слова, термины. При работе с лекцией необходимо обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии. Уделить внимание основным понятиям.
Лабораторные занятия	При выполнении заданий лабораторной работы студенту необходимо внимательно просмотреть конспекты лекции по соответствующей теме. Прочитать материал по теме, обсуждаемой на занятии, в учебнике. Прочитать дополнительную литературу по соответствующей теме. Выполнить предложенные преподавателем задания по практической работе.

	Проверить правильность выполнения полученных заданий. Подготовиться к устным ответам к вопросам, предложенным для обсуждения. При необходимости задать вопрос преподавателю на занятии.
Контрольная работа (тестирование)	Изучение материалов основной и дополнительной литературы по темам тестирования. Изучение справочных изданий, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Проработка конспекта лекций по соответствующей тематике.
Реферат	При работе над рефератом необходимо формулировать тему; подобрать и изучить основных источников по теме; составить библиографию; обработать и систематизировать информацию; разработать план; подготовить реферат. Содержание реферата должно отражать: знание современного состояния проблемы; обоснование выбранной темы; использование известных результатов и фактов; полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо изучить вопросы или задания, предложенные преподавателем. При подготовке необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую основную и дополнительную литературу, материалы выполненных практических работ, материалы подготовленных рефератов.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем *(при необходимости)*

1. Использование на занятиях слайд-презентаций
2. Индивидуальное консультирование по выполнению НИР (подготовка и редактирование статей для конференций) посредством электронной почты.
3. Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса (указывается при наличии):

Перечень информационных технологий (лицензионное программное обеспечение, информационно-справочные системы)

Название ПО	№ лицензии
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142от 30/03/2018г.);
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузеризображений Fast Stone ImageViewer	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузерDjVuBrowser Plug-in	свободно распространяемое ПО

11. Иные сведения

Приложение 1

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименован ие оценочного средства
1.	Специфика гостиничного продукта. Основные понятия и определения. Особенности гостиничного продукта и их влияние на технологию продаж. Структурная модель гостиничного продукта.	ОК-3, ПК-4, ПК-7	экзамен
2.	Маркетинг в индустрии гостеприимства. Основные концепции маркетинга. Социально-этическая концепция маркетинга. Концепция маркетинга взаимоотношений. Клиентоориентированный подход в индустрии гостеприимства. Формы продаж гостиничного продукта		
3.	Основные формы продаж продуктов индустрии гостеприимства. Туристские мотивации, их влияние на технологию продаж. Психологические процессы, влияющие на технологию продаж. Технология контакта с клиентом. Покупательское поведение. Стимулирование клиента на продажу. Каналы распределения гостиничного продукта. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Прямой маркетинг		
4.	Работа менеджера по продажам с клиентами. Технология управления контактом с клиентом. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиента. Презентация продукта гостиничного предприятия. Управление возражениями клиента. Стимулирование клиента на покупку. Договорные отношения в индустрии туризма и гостеприимства. Работа с жалобами и претензиями.		

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК-3	Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	знать	
		1 предмет изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарат дисциплины	ОК331
		2 значение продаж для развития гостиничного бизнеса	ОК332
		3 основные концепции маркетинга	ОК333
		4 понятие и виды сделок в индустрии туризма и гостеприимства	ОК334
		уметь	
		1 описывать предмет изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарат дисциплины	ОК3У1
		2 раскрывать значение продаж для развития гостиничного бизнеса	ОК3У2
		3 описывать основные концепции маркетинга	ОК3У3
		4 характеризовать виды сделок в индустрии туризма и гостеприимства	ОК3У4
		владеть	
		1 навыками описания предмета изучения дисциплины, понятийно-терминологический аппарата дисциплины	ОК3В1
		2 навыками анализа взаимосвязи продаж и развития гостиничного бизнеса	ОК3В2
		3 навыками характеристики концепций маркетинга	ОК3В3
		4 навыками описания видов сделок в туризме	ОК3В4
		ПК-4	Готовность анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать
1 структурную модель и особенности гостиничного продукта	ПК431		
2 клиентоориентированный подход в гостиничной индустрии	ПК432		
3 туристские мотивации	ПК433		
4 приемы воздействия на клиента	ПК434		
5 направление исследований потребителей гостиничного продукта	ПК435		
6 правила ведения переговоров о цене гостиничного продукта	ПК436		

соответствующие выводы	7 приемы продаж, формирование лояльности потребителя	ПК437
	8 понятие лояльности клиента, программу повышения лояльности	ПК438
	9 направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами	ПК439
	10 типы потребителей гостиничного продукта	ПК4310
	11 правила оформления мест продажи	ПК4311
	12 подходы к понятию рекламного аргумента	ПК4312
	13 особенности договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства	ПК4313
	уметь	
	1 описывать структурную модель и особенности гостиничного продукта	ПК4У1
	2 раскрывать содержание клиентоориентированного подхода в гостиничной индустрии	ПК4У2
	3 описывать туристские мотивации	ПК4У3
	4 раскрывать приемы воздействия на клиента	ПК4У4
	5. характеризовать направления исследований потребителей гостиничного продукта	ПК4У5
	6 описывать правила ведения переговоров о цене гостиничного продукта	ПК4У6
	7 раскрывать приемы продаж, формирование лояльности потребителя	ПК4У7
	8 описывать понятие лояльности клиента, программу повышения лояльности	ПК4У8
	9 описывать направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами	ПК4У9
	10 характеризовать типы потребителей гостиничного продукта и их потребности	ПК4У10,
	11 раскрывать правила оформления мест продажи	ПК4У11
	12 описывать подходы к понятию рекламного аргумента	ПК4У12
	13 раскрывать особенности договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства	ПК4У13
	владеть	
	1 навыками анализа влияния структурной модели и особенностей гостиничного продукта на организацию продаж	ПК4В1

		2 навыками характеристики клиентоориентированного подхода в гостиничной индустрии	ПК4В2
		3 навыками характеристики влияния туристских мотиваций на технологию продаж	ПК4В3
		4 навыками характеристики приемов воздействия на клиента	ПК4В4
		5 навыками характеристики исследований потребителей гостиничного продукта	ПК4В5
		6 навыками характеристики правил ведения переговоров о цене гостиничного продукта	ПК4В6
		7 навыками описания приемов продаж, формирование лояльности потребителя	ПК4В7
		8 навыками характеристики понятия лояльности клиента, программы повышения лояльности	ПК4В8
		9 навыками описания направление подготовки менеджера по продажам к работе с клиентами	ПК4В9
		10 навыками описания типов потребителей гостиничного продукта и их потребностей	ПК4В10
		11 навыками раскрытия правил оформления мест продажи	ПК4В11
		12 навыками описания подходов к понятию рекламного аргумента	ПК4В12
		13 навыками характеристики особенностей договорных отношений в индустрии туризма и гостеприимства	ПК4В13
ПК-7	Готовность применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем	знать	
		1 психологические процессы, влияющие на технологию продаж	ПК731
		2 этапы процесса принятия решения клиентом о покупке	ПК732
		3 каналы распределения гостиничного продукта, их виды	ПК733
		4 понятие электронной коммерции	ПК734
		5 подходы к презентации гостиничного продукта	ПК735
		6 источник, способы управления и обработки возражений	ПК736
		7 приемы стимулирования клиента на покупку	ПК737
		8 подходы к работе с жалобами и претензиями клиентов	ПК738
		9 особенности телефонной коммуникации в туризме	ПК739

		10 подходы к бронированию гостиничного продукта и учета индивидуальных требований к клиенту	ПК7310
		11 подходы к работе с жалобами клиентов	ПК7311
		уметь	
		1 описывать психологические процессы, влияющие на технологию продаж	ПК7У1
		2 описывать этапы процесса принятия решения о покупке	ПК7У2
		3 характеризовать каналы распределения гостиничного продукта, их виды, взаимоотношения между участниками каналов	ПК7У3
		4 описывать электронную коммерцию	ПК7У4
		5 характеризовать презентацию гостиничного продукта	ПК7У5
		6 описывать источник, способы управления и обработки возражений	ПК7У6
		7 раскрывать содержание приемов стимулирования клиента на покупку	ПК7У7
		8 описывать подходы к работе с жалобами и претензиями клиентов	ПК7У8
		9 характеризовать особенности телефонной коммуникации в туризме	ПК7У9
		10 описывать подходы к бронированию гостиничного продукта и учета индивидуальных требований к клиенту	ПК7У10
		11 описывать подходы к работе с жалобами клиентов	ПК7У11
		владеть	
		1 навыками анализа влияния психологических процессов на технологию продаж	ПК7В1
		2 навыками характеристики этапов процесса принятия решения клиентом о покупке	ПК7В2
		3 владеть навыками составления каналов распределения гостиничного продукта	ПК7В3
		4 навыками характеристики использования электронной коммерции в гостиничном бизнесе	ПК7В4
		5 навыками разработки презентации гостиничного продукта	ПК7В5
		6 навыками характеристики источника, способов управления и обработки возражений	ПК7В6
		7 навыками характеристики приемов стимулирования клиента на покупку	ПК7В7
		8 навыками описания подходов к работе с жалобами и претензиями клиентов	ПК7В8

		9 навыками характеристики особенности телефонной коммуникации в туризме	ПК7В9
		10 навыками характеристики подходов к бронированию гостиничного продукта и учету индивидуальных требований к клиенту	ПК7В10
		11 навыками характеристики подходов к работе с жалобами клиентов	ПК7В11

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЭКЗАМЕН)

№	*Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов	
1	Опишите предмет изучения технологии продаж гостиничного продукта, а также методы дисциплины	ОК331, ОК3В1	ОК3У1,
2	Проанализируйте значение эффективных продаж в развитии современного гостиничного бизнеса.	ОК332, ОК3В2	ОК3У2,
3	Раскройте особенности гостиничного продукта и их влияние на технологию продаж.	ПК431, ПК4В1	ПК4У1,
4	Опишите структурную модель гостиничного продукта.	ПК431, ПК4В1	ПК4У1,
5	Раскройте основные концепции маркетинга.	ОК333, ОК3В3	ОК3У3,
6	Охарактеризуйте социально-этическую концепцию маркетинга.	ОК333, ОК3У3, ОК3В3	
7	Опишите концепцию маркетинга взаимоотношений.	ОК333, ОК3У3, ОК3В3	
8	Опишите клиентоориентированный подход в индустрии туризма и гостеприимства.	ПК432, ПК4В2	ПК4У2,
9	Проанализируйте туристские мотивации и их влияние на технологию продаж.	ПК433, ПК4В3	ПК4У3,
10	Опишите психологические процессы, влияющие на технологию продаж.	ПК731, ПК7У1, ПК7В1	
11	Опишите процесс принятия клиентом решения о покупке.	ПК732, ПК7У2, ПК7В2	
12	Дайте характеристику каналов распределения туристского и гостиничного продукта.	ПК733, ПК7У3, ПК7В3	
13	Проанализируйте многоканальные системы сбыта гостиничного продукта.	ПК733, ПК7В3	ПК7У3,
14	Опишите торговые взаимоотношения между	ПК733, ПК7У3,	

	участниками каналов распределения.	ПК7В3
15	Охарактеризуйте организацию электронной коммерции в туризме.	ПК734, ПК7У4, ПК7В4
16	Проанализируйте выставочную деятельность гостиничного предприятия.	ПК732, ПК7У2, ПК7В2
17	Опишите прямой маркетинг.	ПК733, ПК7У3, ПК7В3
18	Охарактеризуйте технологию персональной продажи в индустрии туризма и гостеприимства.	ПК733, ПК7У3, ПК7В3
19	Опишите технологию управления контактом с клиентом.	ПК733, ПК7У3, ПК7В3
20	Охарактеризуйте приемы воздействия на клиента.	ПК434, ПК4У4, ПК4В4
21	Проанализируйте подходы к организации исследования потребностей клиента.	ПК435, ПК4У5, ПК4В5
22	Опишите правила презентации продукта гостиничного предприятия.	ПК735, ПК7У5, ПК7В5
23	Пишите правила ведения переговоров о цене гостиничного продукта.	ПК436, ПК4У6, ПК4В6
24	Охарактеризуйте подходы к управлению возражениями клиента.	ПК736, ПК7У6, ПК7В6
25	Опишите сопротивление как источник возражений.	ПК736, ПК7У6, ПК7В6
26	Охарактеризуйте способы и методы обработки возражений.	ПК736, ПК7У6, ПК7В6
27	Раскройте способы стимулирования клиента на покупку, визуальную оценку готовности клиента к совершению сделки	ПК737, ПК7У7, ПК7В7
28	Опишите активные и пассивные приемы продажи, условия их эффективного применения, классификация методов и форм продажи.	ПК437, ПК4У7, ПК4В7
29	Опишите послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя.	ПК437, ПК4У7, ПК4В7
30	Охарактеризуйте правила работы с жалобами и претензиями.	ПК738, ПК7У8, ПК7В8
31	Опишите телефонную коммуникацию в туризме и гостеприимстве	ПК739, ПК7У9, ПК7В9
32	Дайте характеристику мотивации в туризме: понятия, классификация, психологические теории мотивации.	ПК433, ПК4У3, ПК4В3
33	Опишите понятие сделки, охарактеризуйте виды сделок в туризме и гостеприимстве.	ОК334, ОК3У4, ОК3В4

34	Опишите процесс бронирования услуг, их подтверждение, учет индивидуальных требований клиентов (диета, медицинские показания, религиозные предпочтения и др.)	ПК7310, ПК7В10	ПК7У10,
35	Правила изменений и аннуляций брони гостиничного продукта.	ПК7310, ПК7В10	ПК7У10,
36	Дайте характеристику понятия лояльности клиентов. Опишите значение лояльности клиентов в работе турагентства.	ПК438, ПК4В8	ПК4У8,
37	Охарактеризуйте программы повышения лояльности клиентов.	ПК438, ПК4У8, ПК4В8	
38	Опишите направление подготовки менеджера турагентства к работе с клиентами. Содержательная подготовка менеджера.	ПК439, ПК4У9, ПК4В9	
39	Раскройте направления организационной и психологической подготовки менеджера.	ПК439, ПК4В9	ПК4У9,
40	Дайте характеристику психологических типов покупателей и их визуальные характеристики	ПК4310, ПК4В10	ПК4У10,
41	Экономические и социальные типы покупателей. Раскройте особенности работы с ними	ПК4310, ПК4В10	ПК4У10,
42	Раскройте принципы формирования экстерьера и интерьера мест продажи. Опишите способы планировки мест продажи и условия их применения.	ПК4311, ПК4В11	ПК4У11,
43	Охарактеризуйте понятие рекламный аргумент: способы его создания и оценка эффективности альтернативных вариантов.	ПК4312, ПК4В12	ПК4У12,
44	Раскройте правовую основу договорной деятельности в туризме. Опишите структуру типового договора.	ПК4313, ПК4В13	ПК4У13,
45	Охарактеризуйте сделки на условиях «Договора агентского соглашения» (существенные условия).	ОК334, ОК3У4, ОК3В4	
46	Опишите сделки на условиях «Купли-продажи» (существенные условия), и сделки на условиях «Договора обмена» (существенные условия).	ОК334, ОК3У4, ОК3В4	
47	Раскройте принципиальные условия договора туристской фирмы с гостиничным предприятием	ПК4313, ПК4В13	ПК4У13,
48	Охарактеризуйте, как проводится работа с	ПК7310, ПК7В10	ПК7У10,

	письмами-заявками на размещение в 8. гостинице? Опишите порядок их регистрации и подтверждения бронирования?		
49	Опишите процесс аннуляции бронирования. Раскройте суть этого вопроса.	ПК7310, ПК7B10	ПК7У10,
50	Опишите жалобы гостей, карточки опроса гостей о качестве обслуживания	ПК7311, ПК7B11	ПК7У11,

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкала оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на экзамене - по пятибалльной шкале.

«Отлично» (5) – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

«Хорошо» (4) - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3) - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«Неудовлетворительно» (2) - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.