

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1161022	Технологии продвижения гостиничных услуг

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Управление в сфере гостеприимства	Код ОП 1. 43.04.03/33.01
Направление подготовки 1. Гостиничное дело	Код направления и уровня подготовки 1. 43.04.03

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Калюжная Екатерина Геннадьевна	кандидат педагогических наук, без ученого звания	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта
2	Киуру Константин Валерьевич	доктор филологических наук, профессор	Профессор	управления в сфере физической культуры и спорта

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Технологии продвижения гостиничных услуг

1.1. Аннотация содержания модуля

Цель изучения модуля «Технологии продвижения гостиничных услуг» является освоение теоретических знаний о технологиях формирования и продвижения гостиничного продукта с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков по формированию гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей, и использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Технологии продвижения гостиничных услуг	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Технологии продвижения гостиничных услуг	ПК-5 - Способен разрабатывать технологии и комплексы мероприятий по продвижению гостиничных услуг	З-2 - Описывает механизмы управления маркетинговой активностью в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» У-2 - Определяет оптимальные методы презентации и продвижения гостиничных услуг в соответствии с запланированной целью и особенностями целевой аудитории П-2 - Разрабатывает рекомендации по продвижению гостиничного продукта в

		соответствии с изменением конъюнктуры рынка
--	--	---

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Технологии продвижения гостиничных
услуг

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Калюжная Екатерина Геннадьевна	кандидат педагогических наук, без ученого звания	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта
2	Киуру Константин Валерьевич	доктор филологических наук, профессор	Профессор	управления в сфере физической культуры и спорта

Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики

Протокол № 5 от 18.04.2022 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Калюжная Екатерина Геннадьевна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта
- Киуру Константин Валерьевич, Профессор, управления в сфере физической культуры и спорта

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
1	Рынок гостиничных услуг и его компоненты	Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Особенности современного гостиничного бизнеса. Показатели эффективного функционирования гостиницы. Маркетинговый подход управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Комплекс / инструменты маркетинга «4Р», его составляющие. Суть многоуровневой интегральной модели для анализа товара/ гостиничной услуги. Этапы жизненного цикла гостиничного продукта. Внутренний и внешний маркетинг гостиничного предприятия. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации. Понятие и переменные сегментации рынка гостиничных услуг. Методы сегментации. Оценка эффективности сегментации. Ключевые факторы успеха.
2	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж	Понятие и характеристики гостиничного продукта. Номенклатура гостиничных услуг и методы её формирования. Влияние особенностей гостиничного продукта на планировку гостиниц. Влияние особенностей гостиничного продукта на обслуживание клиентов. Культура обслуживания. Неосвязаемость. Разнообразные факты материального характера. Неотделимость от источника и объекта услуги.

		<p>Понятие «неосязаемое», «неосязаемость услуг», «неотделимость услуг», «непостоянство качества», «осязаемые элементы», «принцип неотделимости», «скоропортящийся характер услуг». Непостоянство качества. Несохраняемость.</p> <p>Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Стадии вовлечения клиентов. Понятие «потребление». Стадия оценки. Взаимодействие клиентов между собой. Участие потребителей в системе обслуживания. Проблема стандартизации и адаптации. Понятие «адаптация». Примеры эффективности стандартизации в гостиничной индустрии. Стандартизированные продукты.</p>
3	<p>Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта</p>	<p>Поведение потребителей. Потребители гостиничного продукта и особенности их поведения. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом. Методы изучения и анализа предпочтений потребителей. Позиционирование как инструмент влияния на сознание потребителей.</p> <p>Конкуренция и конкурентоспособность. Виды, формы и методы конкуренции. Конкурентные силы и конкурентные преимущества. Показатели и методы оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. Анализ конкурентов.</p> <p>Ценовая политика. Понятие ценовой политики и её специфика в сфере гостиничной индустрии. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики. Системы скидок и надбавок. Влияние денежных доходов на поведение потребителей.</p> <p>Сбытовая политика. Сущность и основные элементы сбыта. Виды сбыта. Организация службы сбыта гостиницы. Персонал службы сбыта.</p> <p>Организация процесса продаж. Управление продажами в гостиничном предприятии. Стратегии увеличения продаж. Фактическая и потребительская ценность гостиничного продукта. Формирование уникального торгового предложения.</p> <p>Политика продвижения. Характеристика инструментов продвижения и их элементы. Технологии ATL и BTL продвижения услуг. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). Формирование лояльности потребителей.</p>
4	<p>Аудит и технологии управления продажами и продвижением гостиничных услуг</p>	<p>Инструменты повышения эффективности и оптимизация системы продаж и продвижения гостиничных услуг. Ревизия системы конкурентного анализа, источники и инструменты конкурентной разведки. Мониторинг основных показателей по клиентам (потенциал, доля кошелька, пожизненная ценность, прибыльность и лояльность). Анализ структуры клиентской базы. Анализ основных показателей эффективности продаж: результативность, рентабельность, динамика, сезонность, стабильность, этапность. Инструменты поиска новых возможностей для увеличения продаж.</p>

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продвижения гостиничных услуг

Электронные ресурсы (издания)

1. Котлер, Ф., Ф.; Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713> (Электронное издание)
2. Морган, Н., Н.; Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Попов, Е. В.; Институты миниэкономики; Экономика, Екатеринбург; 2005 (1 экз.)
2. Попов, Е. В.; Теория маркетинга; ИПК УГТУ, Екатеринбург; 2000 (2 экз.)
3. Иванова, С. В., Светлана В.; Продажи на 100%. Эффективные техники продвижения товаров и услуг; Альпина Бизнес Букс, Москва; 2007 (1 экз.)
4. Шуст, А.; Текст, который продает товар, услугу или бренд; АСТ, Москва; 2018 (1 экз.)
5. Колотилов, Е. А.; Не давайте скидок! Современные техники продаж; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2014 (1 экз.)
6. Виноградова, Т. В., Закорин, Н. Д., Тубелис, Р. Ю.; Технология продаж услуг туристской индустрии : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Туризм".; Академия, Москва; 2010 (1 экз.)
7. Скобкин, С. С.; Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : [Учеб.-практ. пособие].; Юристъ, Москва; 2001 (2 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система (ЭБС): [сайт]. – Москва, 2001-2022 – URL: <http://www.biblioclub.ru/> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Университетская информационная система РОССИЯ : [сайт]. – Москва, 2022 – URL: <https://www.uisrussia.msu.ru/> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека (НЭБ) : [сайт]. – Москва, 2000-2022 – URL: <https://elibrary.ru> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: <http://window.edu.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Международный пресс-клуб [сайт].– URL: <https://pr-club.com/>

Cossa.ru – информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде[сайт].– URL: <https://www.cossa.ru/>

Фронтдеск.ру: - сообщество профессионалов гостиничного бизнеса: URL: <https://www.frontdesk.ru/>

HOTELIER.PRO - журнал для отельеров, владельцев гостиниц, топ-менеджеров гостиничного бизнеса: URL: <https://hotelier.pro/>

Гостиничное дело. Теория и практика гостеприимства: URL: <https://dw6.ru/>

HotelierNews.ru - новости отелей, всё о гостеприимстве: URL: <https://hoteliernews.ru>

HoReCa - интернет-портал индустрии гостеприимства и питания охватывает все темы в сегменте HoReCa: URL:<http://www.horeca-magazine.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продвижения гостиничных услуг

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с</p>	<p>Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr Faculty EES</p> <p>Браузер Mozilla FireFox, Google Chrome</p>

		санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr Faculty EES Браузер Mozilla FireFox, Google Chrome
3	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr Faculty EES Браузер Mozilla FireFox, Google Chrome
4	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Персональные компьютеры по количеству обучающихся	Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr Faculty EES Браузер Mozilla FireFox, Google Chrome

		<p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
5	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr Faculty EES</p> <p>Браузер Mozilla FireFox, Google Chrome</p>