

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 15.05.2023 11:28:25
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a8c253f48551ee500c340496312d

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.07 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания направления подготовки бакалавров 43.03.03 Гостиничное дело профиль Гостиничная деятельность

Целью освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания» является становление профессиональной компетентности будущего бакалавра в гостиничном бизнесе путем формирования теоретических знаний и практических умений в области технологии формирования и продвижения гостиничного продукта

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- изучение студентами основных мероприятий по стимулированию сбыта;
- приобретение студентами навыков анализа рыночных возможностей предприятий сферы гостеприимства и общественного питания;
- освоение студентами практических инструментов продвижения продукции и услуг общественного питания и гостеприимства;
- приобретение студентами навыков анализа и разработки системы ценообразования и сбытовой политики на предприятиях;
- изучение студентами основных мероприятий по формированию и анализу программ продвижения в сети Интернет для предприятий общественного питания и гостеприимства.

Основные блоки и темы дисциплины: Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Инструменты маркетинга в сфере гостеприимства и общественного питания. Управление качеством услуг в сфере гостеприимства и общественного питания. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта. Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг в сфере гостеприимства и общественного питания. Поведение потребителей в сфере гостеприимства и общественного питания. Конкуренция и конкурентоспособность в сфере гостеприимства и общественного питания. Ценовая политика предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания. Сбытовая политика предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания. Оценка эффективности сбытовой деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания. Организация процесса продаж в сфере гостеприимства и общественного питания. Рекламная политика предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания. Политика продвижения предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания. Управление продажами. Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.

Дисциплина относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие компетенции:

ПКУВ-5 Способен организовать работу по подтверждению соответствия средств размещения системе классификации гостиниц и иных средств размещения

Индикаторы достижения компетенции:

ПКУВ-5.1. Организует работу по подготовке к прохождению процедуры соответствия системе классификации гостиниц и других средств размещения на уровне департаментов (служб, отделов) средств размещения;

ПКУВ-5.2. Разрабатывает внутренние стандарты и регламенты процессов обслуживания на уровне подразделений средств размещения;

ПКУВ-5.3. Обеспечивает контроль за выполнением сотрудниками подразделений требований системы классификации гостиниц и иных средств размещения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- ключевые понятия, цели и задачи использования Интернет-медиа в областях, связанных с коммуникацией;
- основные приемы работы на медиарынке и ключевые показатели эффективности;
- базовые понятия, характеристики и профессиональные термины, используемые в области контроля процесса продаж и продвижения внутри и вне предприятия питания и гостиницы;
- содержание целей, задач и тактики продвижения продукции и услуг на рынок, которые должны ставиться перед отделом продаж;
- специфику, анализ и содержание конъюнктуры рынка и товарного портфеля предприятия;
- стратегические решения в области продвижения и продаж продукции предприятия питания и услуг в сфере гостеприимства;

уметь:

- анализировать конкурентную среду, разрабатывать стратегию присутствия предприятия общественного питания/ гостиниц, устанавливать ключевые показатели эффективности и разрабатывать схему их отслеживания;
- проводить мониторинг и анализ активностей по заданным условиям и анализировать результаты;
- использовать современные научные принципы и методы продвижения и продаж продукции и услуг предприятия;
- применять инструменты комплекса маркетинга для формирования и оценки потребительского спроса на продукцию и услуги предприятия;
- формировать предложения по содержанию и продвижению продукции на рынок для отдела продаж;
- анализировать конъюнктуру рынка и прогнозировать объем продаж продукции и услуг;
- оценивать потребительскую удовлетворенность и анализировать конкурентоспособность продукции и услуг;
- формировать предложения по ценообразованию для отдела продаж;
- оценивать эффект от проведения маркетинговых мероприятий по стимулированию сбыта и продаж;

владеть:

- навыками использования современных инструментов, применяемых в продвижении Интернете (в части управления каналами, мониторинга и анализа);
- инструментами продвижения продукции на рынок;
- методиками проведения анализа и оценки конъюнктуры рынка;
- базовыми методами оценки и анализа конкурентоспособности товарного портфеля предприятия; принципами ценообразования;
- методами оценки эффективности от проведения маркетинговых мероприятий по продвижению продукции и услуг на рынок.

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом, защитой курсового проекта и экзаменом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 252 часа, 7 зачетных единиц.

Вид промежуточной аттестации: зачет, КП, экзамен.

Разработчик:
канд. экон. наук

Зав. выпускающей кафедрой
направления



Кумпилова А.Р.

Кумпилова А.Р.