

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 23.09.2024 14:29:38  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования

**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Методы продвижения и продажи гостиничных и туристических услуг

направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): 43.03.03 Индустрия гостеприимства и туризма

форма обучения: заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 23.04.2024 г. и требованиями ОПОП 43.03.03 Гостиничное дело Индустрия гостеприимства и туризма к результатам освоения дисциплины

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Маркетинга и муниципального управления

Протокол № от

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Белоножка Марина Львовна

Рабочую программу разработал:  
старший преподаватель \_\_\_\_\_ Легостаева Ирина Владимировна

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цели дисциплины:** становление профессиональной компетентности будущего бакалавра в гостиничном бизнесе путем формирования теоретических знаний и практических умений в области технологии формирования и продвижения гостиничного продукта.

**Основными задачами изучения курса являются:**

1. Обобщение и уточнение теоретико-методологических основ организации деятельности гостиниц и иных средств размещения.
2. Обобщение и систематизация знаний по координации и контролю, проведению оценки эффективности деятельности департаментов гостиничного комплекса.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг» относится к дисциплинам части учебного плана формируемого участниками образовательных отношений образовательной программы.

**Знание:**

- системы классификации гостиниц и иных средств размещения,
- правил делового этикета,
- каналов сбыта продукции,
- комплекс маркетинга

**Умения:**

- организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения,
- Соблюдать протокол деловых встреч и этикет с учетом национальных и корпоративных особенностей собеседников,
- Использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков,
- Проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга

**Владение:**

- методиками проверки соответствия гостиничного комплекса системе классификации гостиниц и иных средств размещения,
- приемами психологического воздействия на собеседников во время деловых встреч,
- методами прогнозирования сбыта продукции и рынков,
- методами проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов маркетинга

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин:

Жизненные стратегии и психология влияния

Маркетинг

Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства и служит основой для освоения дисциплин:

Маркетинг впечатлений

Управление ресурсами в индустрии гостеприимства

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

| Код и наименование компетенции   | Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)  | Код и наименование результата обучения по дисциплине  |
|--|---|---|
| ПКС-3 Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере | ПКС-3.1 Формулирует вопросы управления развитием организации  | Знать: 31 основные направления развития индустрии гостеприимства<br>Уметь: У1 осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации в целях развития организации  |
|  | ПКС-3.2 Использует в профессиональной деятельности технологии обслуживания с учетом технологических новаций | Знать: 32 процесс, процедуры, этапы организации технологии обслуживания с учетом технологических новаций в сфере гостеприимства<br>Уметь: У2 использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства |

#### 4. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц 252 акад. часов.

Таблица 4.1

| Курс | Аудиторные занятия/контактная работа, час. |                      |                      | Самостоятельная работа, час. | Контроль, час. | Форма промежуточной аттестации |
|------|--|----------------------|----------------------|------------------------------|----------------|--------------------------------|
|      | Лекции                                     | Практические занятия | Лабораторные занятия |                              |                |                                |
| 4    | 12   | 12                   |                      | 210                          | 18             | Экзамен, Контр. раб            |

#### 5. Структура и содержание дисциплины

##### 5.1. Структура дисциплины.

| Структура дисциплины  | Аудиторные занятия, час. |     |      | СРС, час. | Всего, час. | Код ИДК  | Оценочные средства  |
|---|--------------------------|-----|------|-----------|-------------|--|---|
|   | Л.                       | Пр. | Лаб. |           |             |  |   |
| 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты                                       |                          |     |      |           |             |  |   |
| 1.1 Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства | 1                        | 1   |      | 30        | 32          | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, выполнение практической работы |
| 1.2 Тенденции развития мирового гостиничного комплекса                            | 1                        | 1   |      | 21        | 23          | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, выполнение практической работы |
| Итого по разделу  | 2                        | 2   |      | 51        | 55          |  |   |

|   |    |    |  |     |     |  |   |
|---|----|----|--|-----|-----|--|---|
| 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием                               |    |    |  |     |     |  |   |
| 2.1 Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице | 1  | 1  |  | 21  | 23  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, выполнение практической работы |
| 2.2 Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации           | 1  | 1  |  | 20  | 22  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, выполнение практической работы |
| Итого по разделу  | 2  | 2  |  | 41  | 45  |  |   |
| 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж                       |    |    |  |     |     |  |   |
| 3.1 Номенклатура и характеристики гостиничного продукта                                     | 1  | 1  |  | 29  | 31  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, практические задания           |
| 3.2 Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг                                 | 1  | 1  |  | 30  | 32  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, практические задания           |
| Итого по разделу  | 2  | 2  |  | 59  | 63  |  |   |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта                                   |    |    |  |     |     |  |   |
| 4.1 Поведение потребителей  | 1  | 1  |  | 8   | 10  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, практические задания           |
| 4.2 Конкуренция и конкурентоспособность   |    | 1  |  | 8   | 9   | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, практические задания           |
| 4.3 Ценовая политика  | 1  | 1  |  | 8   | 10  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, практические задания           |
| 4.4 Сбытовая политика   | 1  | 1  |  | 8   | 10  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, практические задания           |
| 4.5 Организация процесса продаж   | 1  | 1  |  | 8   | 10  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, практические задания           |
| 4.6 Рекламная политика  | 1  | 1  |  | 9   | 11  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, практические задания           |
| 4.7 Политика продвижения  | 1  |    |  | 10  | 11  | ПКС-3.1-31, ПКС-3.1-У1, ПКС-3.2-32, ПКС-3.2-У2 | Презентация, устный опрос, практические задания           |
| Итого по разделу  | 6  | 6  |  | 59  | 71  |  |   |
| Экзамен, Контрольная работа   |    |    |  | 18  | 18  |  | Вопросы к экзамену  |
| Итого по дисциплине   | 12 | 12 |  | 228 | 252 |  |   |

## 5.2. Содержание дисциплины.

### 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты

## 1.1 Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства

Определение понятия «гостеприимство». Этапы развития гостиничного дела. Зарождение гостиничного дела на Руси. Вклад Э. Статлера и Ц. Ритца в развитие гостеприимства. Основные функции гостиницы. Современные особенности гостиничного бизнеса. Показатели эффективного функционирования гостиницы. Преимущества вступления гостиницы в гостиничную сеть. Модели организации гостиничных цепей. Распространённые национальные классификации гостиниц. Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства.

### 1.2 Тенденции развития мирового гостиничного комплекса

Определение понятия «гостиницы», данное ЮНВТО. Виды возможных классификаций средств размещения в зависимости от различных особенностей. Альтернативные классификации гостиниц, принятые в мировой практике. «Люксовая модель» гостиниц. Проблемы на всероссийском рынке индустрии гостеприимства.

## 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием

### 2.1 Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице

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. Управление качеством услуг в гостинице

### 2.2 Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации

Понятие и переменные сегментации рынка гостиничных услуг. Методы сегментации. Оценка эффективности сегментации. Ключевые факторы успеха

## 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж

### 3.1 Номенклатура и характеристики гостиничного продукта

Презентация 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. Понятие «неосвязаемое», «неосвязаемость услуг», «неотделимость услуг», «непостоянство качества», «осязаемые элементы», «принцип неотделимости», «скоропортящийся характер услуг». Непостоянство качества. Несохранимость.

### 3.2 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.

## 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта

### 4.1 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

### 4.2 Конкуренция и конкурентоспособность

Виды, формы и методы конкуренции. Конкурентные силы и конкурентные преимущества. Показатели и методы оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. Анализ конкурентов.

#### 4.3 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.

#### 4.4 Сбытовая политика

Сущность и основные элементы сбыта. Виды сбыта. Организация службы сбыта гостиницы. Персонал службы сбыта.

#### 4.5 Организация процесса продаж

Управление продажами в гостиничном предприятии. Стратегии увеличения продаж. Фактическая и потребительская ценность гостиничного продукта. Формирование уникального торгового предложения.

#### 4.6 Рекламная политика

Средства распространения рекламы. Формирование содержания рекламных материалов. Творческая составляющая создания печатных рекламных материалов. Оценка эффективности рекламы гостиничных услуг

#### 4.7 Политика продвижения

Характеристика инструментов продвижения и их элементы. Технологии ATL и BTL продвижения услуг. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). Формирование лояльности потребителей

### 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

#### Лекционные занятия

| Номер раздела дисциплины  | Объем, час. | Тема лекционного занятия  |
|---|-------------|---|
| 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты                           | 1           | Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства           |
| 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты                           | 1           | Тенденции развития мирового гостиничного комплекса                                      |
| 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием         | 1           | Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице |
| 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием         | 1           | Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации           |
| 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж | 1           | Номенклатура и характеристики гостиничного продукта                                     |
| 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж | 1           | Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг                                 |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Поведение потребителей  |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 0           | Конкуренция и конкурентоспособность   |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Ценовая политика  |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Сбытовая политика   |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Организация процесса продаж   |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Рекламная политика  |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Политика продвижения  |

## Практические занятия

| Номер раздела дисциплины  | Объем, час. | Тема практического занятия  |
|---|-------------|---|
| 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты                           | 1           | Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства           |
| 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты                           | 1           | Тенденции развития мирового гостиничного комплекса                                      |
| 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием         | 1           | Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице |
| 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием         | 1           | Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации           |
| 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж | 1           | Номенклатура и характеристики гостиничного продукта                                     |
| 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж | 1           | Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг                                 |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Поведение потребителей  |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Конкуренция и конкурентоспособность   |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Ценовая политика  |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Сбытовая политика   |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Организация процесса продаж   |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 1           | Рекламная политика  |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 0           | Политика продвижения  |

## Самостоятельная работа студента

| Номер раздела дисциплины                                      | Объем, час. | Тема  | Вид СРС  |
|---|-------------|---|--|
| 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты                   | 30          | Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства           | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты                   | 21          | Тенденции развития мирового гостиничного комплекса                                      | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием | 21          | Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |



|   |    |   |  |
|---|----|---|--|
| 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием         | 20 | Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж | 29 | Номенклатура и характеристики гостиничного продукта                           | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж | 30 | Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг                       | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 8  | Поведение потребителей  | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта             | 8  | Конкуренция и конкурентоспособность   | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |

|   |    |                             |  |
|---|----|-----------------------------|--|
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта | 8  | Ценовая политика            | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта | 8  | Сбытовая политика           | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта | 8  | Организация процесса продаж | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта | 9  | Рекламная политика          | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |
| 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта | 10 | Политика продвижения        | Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач |

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

## 6. Тематика курсовых работ

не предусмотрено

## 7. Контрольные работы

1. Понятие и переменные сегментации рынка гостиничных услуг.
2. Участие потребителей в системе обслуживания.
3. Проблема стандартизации и адаптации.
4. Примеры эффективности стандартизации в гостиничной индустрии.
5. Стандартизированные продукты.
6. Потребители гостиничного продукта и особенности их поведения.
7. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом.
8. Методы изучения и анализа предпочтений потребителей.
9. Позиционирование как инструмент влияния на сознание потребителей.
10. Показатели и методы оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия.
11. Организация службы сбыта гостиницы.
12. Управление продажами в гостиничном предприятии.
13. Стратегии увеличения продаж.
14. Фактическая и потребительская ценность гостиничного продукта.
15. Характеристика инструментов продвижения и их элементы.
16. Технологии ATL и BTL продвижения услуг.
17. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК).
18. Формирование лояльности потребителей.

## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся представлена ниже.

Номер курса 4

Таблица 8.1

| № п/п     | Виды мероприятий в рамках текущего контроля  | Количество баллов |
|-----------|--|-------------------|
| 7 семестр |  |                   |
| 1         | Презентация по разделу «Рынок гостиничных услуг»   | 10                |
| 2         | Устный опрос по теме «Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства»   | 10                |
| 3         | Устный опрос по теме «Тенденции развития мирового гостиничного комплекса»  | 10                |
| 4         | Практическая задача по теме «Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства»  | 15                |
| 5         | Презентация по разделу: «Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием»   | 15                |
| 6         | Устный опрос по разделу Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием»  | 20                |
| 7         | Практические работы (задания) по разделу «Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием»  | 20                |
| Итого:    |  | 100               |
| 8 семестр |  |                   |
| 1         | Презентация по разделу: «Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж» по теме «Номенклатура и характеристики гостиничного продукта» | 10                |
| 2         | Устный опрос по разделу: «Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж»  | 20                |

|        |   |     |
|--------|---|-----|
| 3      | Практические задания по разделу: «Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж» | 20  |
| 4      | Презентация по разделу: «Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта»                      | 10  |
| 5      | Устный опрос по разделу: «Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта»                     | 20  |
| 6      | Практические задания по разделу: «Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта»             | 20  |
| Итого: |   | 100 |

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ [www.urait.ru](http://www.urait.ru)
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ).

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства

Microsoft Office Professional Plus

Microsoft Windows

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

| № п/п | Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины  | Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)   |
|-------|--|--|
| 1     | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации                         | Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., документ-камера - 1 шт. |
| 2     | Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации | Учебная мебель: столы, стулья. Моноблок - 1 шт., проектор - 1 шт., акустическая система (колонки) - 2 шт., проекционный экран - 1 шт., документ-камера - 1 шт. |

## 11. Методические указания по организации СРС

Изложены в МР

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

## Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Методы продвижения и продажи гостиничных и туристических услуг

Код, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Индустрия гостеприимства и туризма

| Код компетенции | Код и наименование результата обучения по дисциплине  | Критерии оценивания результатов обучения   |  |  |  |
|-----------------|---|--|--|--|--|
|                 |   | 1-2  | 3  | 4  | 5  |
| ПКС-3           | Знать: 31 основные направления развития индустрии гостеприимства  | Не знает основные направления развития индустрии гостеприимства  | Частично знает основные направления развития индустрии гостеприимства, допуская существенные ошибки  | Хорошо знает основные направления развития индустрии гостеприимства, допуская незначительные ошибки  | В совершенстве знает основные направления развития индустрии гостеприимства  |
| ПКС-3           | Уметь: У1 осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации в целях развития организации                | Не умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации в целях развития организации                | Частично умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации в целях развития организации, допуская существенные ошибки                | Хорошо умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации в целях развития организации, допуская незначительные ошибки                | В совершенстве умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации в целях развития организации                |
| ПКС-3           | Знать: 32 процесс, процедуры, этапы организации технологии обслуживания с учетом технологических новаций в сфере гостеприимства | Не знает процесс, процедуры, этапы организации технологии обслуживания с учетом технологических новаций в сфере гостеприимства | Частично знает процесс, процедуры, этапы организации технологии обслуживания с учетом технологических новаций в сфере гостеприимства, допуская существенные ошибки | Хорошо знает процесс, процедуры, этапы организации технологии обслуживания с учетом технологических новаций в сфере гостеприимства, допуская незначительные ошибки | В совершенстве знает процесс, процедуры, этапы организации технологии обслуживания с учетом технологических новаций в сфере гостеприимства |

|              |   |  |  |  |  |
|--------------|---|--|--|--|--|
| <p>ПКС-3</p> | <p>Уметь: У2 использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства</p> | <p>Не умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства</p> | <p>Частично умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства, допуская существенные ошибки</p> | <p>Хорошо умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства, допуская незначительные ошибки</p> | <p>В совершенстве умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства</p> |
|--------------|---|--|--|--|--|

**КАРТА  
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической  
литературой**

Дисциплина Методы продвижения и продажи гостиничных и туристических услуг

Код, направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Индустрия гостеприимства и туризма

| № п/п | Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания   | Количество экземпляров в БИК | Контингент обучающихся, использующих указанную литературу | Обеспеченность обучающихся литературой, % | Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-) |
|-------|--|------------------------------|---|---|---|
| 1     | Скобкин С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 212 – Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/514813">https://urait.ru/bcode/514813</a>   | ЭР*                          | 30  | 100                                       | +   |
| 2     | Восколович Н. А. Маркетинг туристических услуг [Электронный ресурс]: Учебник и практикум для вузов. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 242 – Режим доступа: <a href="https://urait.ru/bcode/511464">https://urait.ru/bcode/511464</a>   | ЭР*                          | 30  | 100                                       | +   |
| 3     | Астахова Ю. Г., Большунова Т. В. Гостиничное дело [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов всех форм обучения направления 43.03.02 «туризм». - Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2022. - 65 – Режим доступа: <a href="https://www.iprbookshop.ru/120895.html">https://www.iprbookshop.ru/120895.html</a> | ЭР*                          | 30  | 100                                       | +   |

\*ЭР – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

# Лист согласования 00ДО-0000706483

Внутренний документ "Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг\_2024\_43.03.03\_ИГТБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Белоножко Марина Львовна

| Серийный номер ЭП | Должность  | ФИО                         | ИО                       | Результат   |
|-------------------|--|-----------------------------|--------------------------|-------------|
|                   | Заведующий кафедрой,<br>имеющий ученую степень<br>доктора наук | Белоножко Марина<br>Львовна |                          | Согласовано |
|                   | Директор   | Каюкова Дарья<br>Хрисановна |                          | Согласовано |
|                   | Специалист 1 категории   |                             | Радичко Диана Викторовна | Согласовано |