

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Евгеньевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 09.04.2024 15:48:01
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2558d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УМР
ИСОУ

_____ Г.А. Харитонова
«23» июня 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг


направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана для обучающихся по направлению подготовки 43.03.03
Гостиничное дело, направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма.

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой  М.Л. Белоножко

Рабочую программу разработал:

И.В. Легостаева, старший преподаватель кафедры МиМУ



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 туристических услуг» относится к дисциплинам части Блока 1 Учебного плана, формируемой участниками образовательного процесса.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

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 «Методы продвижения и продажи гостиничных и туристических услуг» является логическим продолжением дисциплины «Маркетинг» служит основой для освоения дисциплин: «Управление ресурсами в индустрии гостеприимства» и «Маркетинг впечатлений».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
ПКС-3. Способенприменять	ПКС-3.1. Формулирует вопросы управления	Знать 3.1. Знает основные направления развития индустрии гостеприимства

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере	развитием организации	Уметь У.1. Умеет 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 3.2. Знает процесс, процедуры, этапы организации технологии обслуживания с учетом технологических новаций в сфере гостеприимства
		Уметь У.2. Умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 час.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8
очная	3/5	32	32	-	8	36	Экзамен
	3/6	30	30		57	27	Экзамен
заочная	4/7	8	6	-	85	9	Экзамен
	4/8	8	8	-	119	9	Экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО) Курс 3, семестр 5 – экзамен; курс 3, семестр 6 - экзамен

Таблица 5.1.1

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего , час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Раздел 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты	16	16	-	4	36	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Презентация (Приложение 1) Устный опрос (приложение 2,3) Выполнение практической работы (приложение 4)
2	2	Раздел 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием.	16	16	-	4	36	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Презентация (приложение 5); Устный опрос (Приложение 6) Выполнение практической работы (Приложение 7)
3	3	Экзамен 5 семестр	-	-	-	36	36	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Экзаменационные вопросы (Приложение 14)
Итого 5 семестр			32	32	-	44	108		
4	3	Раздел 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж	15	15	-	28	58	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Презентация (приложение 8), Устный опрос(приложение 9), Практические задания (Приложение 10)
5	4	Раздел 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта.	15	15	-	29	59	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Презентация (приложение 11), Устный опрос(приложение 12), Практические задания (Приложение 13)
6		Экзамен 6 семестр	-	-	-	27	27	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Экзаменационные вопросы (Приложение. 15)
Итого 6 семестр			30	30	-	84	144		
Всего:			62	62	-	128	252		

Заочная форма обучения (ЗФО) 7 семестр – экзамен, 8 семестр – экзамен.

№	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	п/п	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Раздел 1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты	4	3	-	42	49	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Презентация (Приложение 1) Устный опрос (приложение 2,3) Выполнение практической работы (приложение 4)
2	2	Раздел 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием.	4	3	-	43	50	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Презентация (приложение 5); Устный опрос (Приложение 6) Выполнение практической работы (Приложение 7)
3		Экзамен 7 семестр	-	-	-	9	9	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Экзаменационные вопросы (Приложение 14)
		Итого 7 семестр	8	6	-	94	108		
4	3	Раздел 3. Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж	4	4	-	59	67	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Презентация (приложение 8), Устный опрос (приложение 9), Практические задания (Приложение 10)
4	4	Раздел 4. Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта.	4	4	-	60	68	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Презентация (приложение 11), Устный опрос (приложение 12), Практические задания (Приложение 13)
5		Экзамен 8 семестр	-	-	-	9	9	ПКС-3.1 3.1, У.1 3.2, У.2	Экзаменационные вопросы (приложение 15)
			8	8	-	128	144		
		итого	16	14	-	222	252		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1 Рынок гостиничных услуг и его компоненты

Тема 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.

Тема 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.

Раздел 2. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием.

Тема 3. 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.

Тема 4. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.

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

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

Тема 5. Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.

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. Неосязаемость. Разнообразные факты материального характера. Неотделимость от источника и объекта услуги. Понятие «неосязаемое», «неосязаемость услуг», «неотделимость услуг», «непостоянство качества», «осязаемые элементы», «принцип неотделимости», «скоропортящийся характер услуг». Непостоянство качества. Несохранимость.

Тема 6. 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.

Раздел 4 Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта.

Тема 7. 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.

Тема 8. Конкуренция и конкурентоспособность.

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

Тема 9. 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.

Тема 10. Сбытовая политика.

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

Тема 11. Организация процесса продаж.

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

Тема 12. Рекламная политика.

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

Тема 13. 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

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	8	2	-	Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства
2	1	8	2	-	Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.
3	2	8	2	-	Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице.
4	2	8	2	-	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.
5	3	7	1	-	Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.
6	3	8	1	-	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг.
7	4	2	1	-	Поведение потребителей.
8	4	3	-	-	Конкуренция и конкурентоспособность.
9	4	2	1	-	Ценовая политика.
10	4	2	1	-	Сбытовая политика.
11	4	2	1	-	Организация процесса продаж.
12	4	2	1	-	Рекламная политика.
13	4	2	1	-	Политика продвижения.
		62	16	-	

Практические занятия ОФО/ЗФО

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	8	1	-	Факторы, оказывающие влияние на состояние и

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					развитие индустрии гостеприимства.
2	1	8	2	-	Тенденции развития мирового гостиничного комплекса.
3	2	8	1	-	Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Управление качеством услуг в гостинице
4	2	8	2	-	Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации.
5	3	7	1	-	Номенклатура и характеристики гостиничного продукта.
6	3	8	1	-	Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг.
7	4	2	1	-	Поведение потребителей.
8	4	3	1	-	Конкуренция и конкурентоспособность.
9	4	2	1	-	Ценовая политика
10	4	2	1	-	Сбытовая политика.
11	4	2	1	-	Организация процесса продаж.
12	4	2	1	-	Рекламная политика.
13	4	2	-	-	Политика продвижения.
		62	14	-	

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента ОФО/ЗФО

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	4	42	-	Рынок гостиничных услуг и его компоненты.	Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач
2	1	4	43	-	Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием.	Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач
3	2	28	59	-	Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж.	Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач
4	2	29	60	-	Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта	Подготовка презентации, подготовка к устному опросу к решению практических задач
14	Экзамен	36	9		. Семестр 5/7	Подготовка к экзамену
15	Экзамен	27	9		Семестр 6/8	Подготовка к экзамену

Итого:	128	222	-		
--------	-----	-----	---	--	--

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/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы (для ЗФО)

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Контрольная работа: методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор Белоножко М.Л.; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 22 с.

Тематика контрольных работ

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 очной формы обучения представлена в таблице 8.1.-8.2.

ОФО – 5 семестр

Таблица 8.1.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Презентация по разделу «Рынок гостиничных услуг»	0-10
1.2	Устный опрос по теме «Факторы, оказывающие влияние на	0-10

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
	состояние и развитие индустрии гостеприимства»	
1.3	Устный опрос по теме «Тенденции развития мирового гостиничного комплекса»	0-10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Практическая задача по теме «Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства»,	0-15
2.2	Презентация по разделу: «Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием»	0-15
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
3.1	Устный опрос по разделу Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием»	0-20
3.2	Практические работы (задания) по разделу «Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием»	0-20
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

6 семестр

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Презентация по разделу: «Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж» по теме «Номенклатура и характеристики гостиничного продукта»	10
1.2	Устный опрос по разделу: «Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж»	20
1.3	Практические задания по разделу: «Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж»	20
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	50
2 текущая аттестация		
2.1	Презентация по разделу: «Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта»	10
2.2	Устный опрос по разделу: «Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта»	20
2.3.	Практические задания по разделу: «Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта»	20
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	50
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ 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	10

	состояние и развитие индустрии гостеприимства»	
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»	25
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
ВСЕГО		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
ВСЕГО		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
- Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>
- Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru
- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- Библиотеки нефтяных вузов России :
- Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <http://elib.gubkin.ru/>,
- Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <http://bibl.rusoil.net/> ,
- Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>

- Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»
- ЭКБСОН - информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки

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

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. 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

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p> <p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p> <p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

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

Дисциплины: Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг

Код, направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Индустрия гостеприимства и туризма

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
ПКС-3. Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере	ПКС-3.1. Формулирует вопросы управления развитием организации	Знать 3.1. Знает 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
		Уметь У.1. Умеет 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

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
	ПКС-3.2. Использует в профессиональной деятельности технологии обслуживания с учетом технологических новаций	Знать 3.2. Знает 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
		Уметь У.2. Умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства	Не умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства	Частично умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства, допуская существенные ошибки	Хорошо умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет использовать современные технологические новации, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты в сфере гостеприимства

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских 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 их	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492677	ЭР	25	100%	+
2	Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469332	ЭР	25	100%	+
3	Астахова, Ю. Г. Гостиничное дело : учебное пособие для студентов всех форм обучения направления 43.03.02 «Туризм» / Ю. Г. Астахова, Т. В. Большунова. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2022. — 65 с. — ISBN 978-5-00175-098-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/120895.html	ЭР	25	100%	+

Лист согласования

Внутренний документ "Методы продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг_2022_43.03.03_ИГТБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Харитоновна Татьяна Александровна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Специалист 1 категории		Радичко Диана Викторовна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна	Вацек Татьяна Александровна	Согласовано
	Директор института	Воронин Александр Владимирович	Харитоновна Татьяна Александровна	Согласовано
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано