

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики и предпринимательства

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО  
решением президиума  
Ученого совета ННГУ  
им. Н.И. Лобачевского  
(протокол от 14 декабря 2021 г. № 4)

**Рабочая программа дисциплины**

Технологии продвижения и продаж в сфере  
гостеприимства и общественного питания

Уровень высшего образования  
бакалавриат

Направление подготовки / специальность  
43.03.03 Гостиничное дело

Направленность образовательной программы  
Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий

Форма обучения  
Очная, заочная

Нижегород

2022 год

## 1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Дисциплины (модули) по выбору, в соответствии с типом задач профессиональной деятельности» Блок 1. Технологический модуль (Б1.В.ДВ.04.01.03) ООП по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий» (квалификации «Бакалавр»).

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
<b>ПКР-4.</b> Способен применить современные технологии для организации гостиничной деятельности и деятельности организаций сферы общественного питания	<b>ПКР-4.1.</b> Осуществляет проведение мероприятий по организации гостиничной деятельности и деятельности организаций сферы общественного питания.	<p><b>Уметь:</b> анализировать тип потребителя услуг гостиничного предприятия и предприятия общественного питания, обеспечивать процесс обслуживания потребителя гостиничного предприятия и предприятия общественного питания с учетом его мотивов и потребностей</p> <p><b>Знать:</b> типы потребителей в сфере гостиничной деятельности и общественного питания, мотивы и потребности клиентов</p> <p><b>Владеть:</b> навыками анализа типа потребителя услуг гостиничного предприятия и предприятия общественного питания, выявления его мотивов и потребностей при покупке услуг гостиничного предприятия и предприятия общественного питания</p>	<p>Кейс-задача</p> <p>Тест</p> <p>Практическое задание</p>

## 3. Структура и содержание дисциплины

### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма	очно-заочная	заочная

	обучения	форма обучения	форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	6 ЗЕТ		6 ЗЕТ
<b>Часов по учебному плану</b>	216		216
<b>в том числе</b>			
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>			
- занятия лекционного типа	36		8
- занятия семинарского типа	36		8
- КСР	2		2
<b>самостоятельная работа</b>	106		189
<b>Промежуточная аттестация – <u>экзамен</u>/зачет</b>			

## 2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы														
				из них														
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего					
Очная				Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная				
Тема 1. Развитие продаж и их роль в индустрии гостеприимства и общественного питания	20		22	4			4		1	8				1	12		21	
Тема 2. Покупка гостиничного продукта потребителем. Мотивация покупок в сфере гостеприимства и общественного	20		24	4		2	4		1	8				3	12		21	

питания																	
Тема 3. Разработка стратегии продаж	20		24	4		24	4		18					312	12		21
Тема 4. Приемы продаж	20		22	4			4		18					112	12		21
Тема 5. Среда реализации продаж	20		22	4			4		18					112	12		21
Тема 6. Управление продажами	20		24	4		24	4		18					312	12		21
Тема 7. Каналы сбыта и методы продвижения гостиничного продукта	20		23	4		24	4		8					212	12		21
Тема 8. Особенности формирования коммуникативной политики	19		22	4			4		18					111	11		21
Тема 9. Оценка эффективности управления продажами	19		22	4			4		18					111	11		21
В т.ч. текущий контроль	2		2														
Промежуточная аттестация - экзамен	36		9														
Итого	216		216	36		836	36		872					1606	106		189

Практические занятия (семинарские занятия) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает решение прикладных задач по профилю профессиональной деятельности и направленности образовательной программы.

На проведение практических занятий (семинарских занятий) в форме практической подготовки отводится 36 часов (очная форма) и 36 часов (заочная форма).

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: обеспечение активного содействия удовлетворению потребностей потребителей, используя ресурсы и возможности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания;

- компетенции ПКР-4 - Способен применить современные технологии для организации гостиничной деятельности и деятельности организаций сферы общественного питания

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Преподавание учебной дисциплины «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания» строится на сочетании лекций, занятий практического типа и различных форм самостоятельной работы студентов.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия:

- изучение теоретического материала дисциплины на лекции с использованием компьютерных технологий;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при проведении практических занятий с использованием учебного и научного оборудования, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Подготовку докладов и презентаций к практическим занятиям, выполнение творческих заданий и др.
3. Изучение источников управленческой информации.
4. Работу с ресурсами Интернет.
5. Решение практических ситуаций (кейсов).
6. Изучение практических материалов деятельности конкретных предприятий.
8. Подготовку к тестированию по темам и в целом курсу.
9. Подготовку к экзамену по курсу.

Для углубленной проработки материала тем студентам предлагаются задания для самостоятельной работы (индивидуальной или групповой), по результатам которой ими готовится презентация и отчет.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Введение в гостиничную деятельность», ссылка на электронный курс: <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4442>, созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/>.

## 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала.  Невозможно	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе	Уровень знаний в объеме,

	ть оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	грубые ошибки.	негрубых ошибки.	Допущено несколько негрубых ошибок	Допущено несколько несущественных ошибок	подготовки, без ошибок.	превышающую программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.  Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки  при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция

		сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

### 5.2.1 Контрольные вопросы

Вопрос	Код формируемой компетенции
1. Основные технологии и общие закономерности системы продаж услуг в индустрии гостеприимства и общественного питания	ПКР-4
2. Продажа гостиничной услуги как многофакторный процесс	ПКР-4
3. Определение ключевых стадий взаимодействия с клиентами	ПКР-4
4. Продвижение гостиничной услуги на рынок	ПКР-4
5. Цикл продаж. Завершение продажи	ПКР-4
6. Выбор эффективных технологий продаж	ПКР-4
7. Цена как фактор организации продаж услуг	ПКР-4
8. Анализ места и процесса продаж	ПКР-4
9. Анализ элементов связи с клиентами	ПКР-4
10. Организация обслуживания потребителей	ПКР-4
11. Категории потребителей и особенности их обслуживания	ПКР-4
12. Выявление и формирование потребностей клиента	ПКР-4
13. Типология и методы выявления потребностей клиента	ПКР-4
14. Вопросы как способ ведения беседы в желаемом направлении	ПКР-4
15. Типы вопросов и техники их конструирования	ПКР-4
16. Основные ошибки при определении потребностей клиента	ПКР-4
17. Техники активного слушания, невербальные компоненты активного слушания	ПКР-4
18. Вербальные и невербальные технологии продаж	ПКР-4
19. Установление контакта с клиентами. СПИН-технологии	ПКР-4
20. Профессиональное телефонное общение с клиентом	ПКР-4
21. Основные правила ведения телефонных переговоров	ПКР-4

22. Принципы проведения личной продажи	ПКР-4
23. Формирование позитивного первого впечатления	ПКР-4
24. Проведение диагностики типа клиента и выбор оптимальной стратегии продажи	ПКР-4
25. Особенности взаимодействия с клиентами разного типа	ПКР-4
26. Техники построения вербального и невербального контакта с клиентом	ПКР-4
27. Работа с «трудными» клиентами (Правила принятия претензий клиентов)	ПКР-4
28. Стандарты общения с клиентами в различных «сложных» ситуациях	ПКР-4
29. Методы стимулирования продаж	ПКР-4
30. Инструменты стимулирования продаж	ПКР-4
31. Ценовое стимулирование продаж	ПКР-4
32. Натуральное стимулирование продаж	ПКР-4
33. Игровое стимулирование продаж	ПКР-4
34. Понятие потребительской лояльности. Виды лояльности	ПКР-4
35. Использование лояльности для определения потенциала рынка	ПКР-4
36. Эмоциональная и рациональная составляющие лояльности	ПКР-4
37. Способы увеличения лояльности	ПКР-4
38. Анализ статистики продаж для определения приоритетных направлений развития клиентской базы	ПКР-4

#### 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенций ПКР-4

1. Какой отдел в гостинице может относиться к службе маркетинга и продаж:
  - 1) портье;
  - 2) посыльных;
  - 3) химчистки;
  - 4) прачечной;
  - 5) бронирования;
  - 6) служба приема и размещения.
2. Звездная система классификации гостиниц наиболее распространена в следующих странах:
  - 1) Греция;
  - 2) Великобритания;
  - 3) США;
  - 4) Италия;
  - 5) Франция;
  - 6) Бельгия.
3. К сопутствующим услугам относятся:
  - 1) хранение багажа;
  - 2) отправка и получение писем и телеграмм;
  - 3) медицинская помощь;
  - 4) организация продажи билетов;
  - 5) экскурсионное обслуживание;
  - 6) прокат автомобилей.
4. Бесплатные услуги:
  - 1) побудка;
  - 2) доставка цветов;
  - 3) заказ мест в ресторанах города;
  - 4) доставка корреспонденции;
  - 5) предоставление в номер посуды и столовых приборов;
  - 6) вызов такси.
5. Постоянные источники заявок на бронирование:



- 1) туристский комплекс;
- 2) школы;
- 3) физическое лицо;
- 4) турфирма;
- 5) централизованное резервирование GPS;
- 6) университеты.
6. Бронирование по предварительной оплате:
  - 1) дорожный чек;
  - 2) полная оплата банковским переводом;
  - 3) бронирование под гарантию кредитными картами;
  - 4) тур. ваучер;
  - 5) наличные;
  - 6) все варианты ответов.
7. Туристский ваучер:
  - 1) бронирование под гарантию компании;
  - 2) бронирование по выставлению счета;
  - 3) бронирование по предварительной оплате;
  - 4) бронирование под гарантию;
  - 5) предоплата;
  - 6) внесение депозита.
8. Расчеты с проживающими клиентами могут производиться:
  - 1) распиской;
  - 2) драгоценностями;
  - 3) кредитными картами;
  - 4) ваучерами;
  - 5) золотыми монетами;
  - 6) все варианты ответов.
9. В карте гостя указывается:
  - 1) возраст клиента;
  - 2) сколько человек проживает в номере;
  - 3) тип номера;
  - 4) стоимость номера;
  - 5) имя клиента;
  - 6) дата заезда-отъезда.
11. Загрузка гостиницы зависит от:
  - 1) сезона;
  - 2) экономической ситуации в стране;
  - 3) погоды;
  - 4) конкурентов;
  - 5) политической ситуации в стране;
  - 6) все варианты ответов.

### 5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенций ПКР-4

**Задание 1.** В адрес владельца гостиницы поступил устный запрос от туристической фирмы на бронирование гостиничных услуг. Какие условия необходимо выполнить, чтобы запрос считался принятым?

**Задание 2.** Группа туристов в составе 13 человек должна была проживать в гостинице согласно заключенному контракту 15 дней. По истечении семи дней произошло изменение цен на гостиничные услуги. Должен ли в этом случае владелец гостиницы придерживаться цен, предусмотренных контрактом? По истечении какого срока с момента их изменения могут применяться новые цены? Дайте обоснованный ответ.

**Задание 3.** Турагент, заключивший гостиничный контракт и направивший в гостиницу группу туристов, принял на себя обязательства по оплате счета за предоставленные услуги. Счет был оплачен в течение 36 дней со 1 дня его получения. Дайте обоснованные ответы:

- 1) своевременно ли оплатил счет турагент?
- 2) какие суммы должен выплатить турагент в случае пропуска установленных сроков оплаты счета?

**Задание 4.** Как должен поступить владелец гостиницы, если клиент пребывает в гостинице более длительное время, чем оговорено в гостиничном контракте?

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

а) основная литература:

1. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. – 214 с. // Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=354619>
2. Голова А.Г. Управление продажами: Учебник / Голова А.Г. - М. : Дашков и К, 2020. - 280 с.: ISBN 978-5-394-01975-3 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358535>

б) дополнительная литература:

1. Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами: Учеб. пособие для вузов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 622 с. - ISBN 978-5-238-00465-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028609>
2. Иванова С. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг / Иванова С., - 10-е изд. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 278 с.: ISBN 978-5-9614-5274-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/916260>
3. Морган, Н., Причард, А. Реклама в туризме и отдыхе: Учеб. пособие для студентов вузов / Н. Морган, А. Причард / Пер. с англ. под ред. Б.Л. Ерёмкина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 495 с: ил., табл. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-00647-0. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028572>
4. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма» // Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=26229>
5. Журнал «Проблемы теории и практики управления» // Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=9009>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

1. <http://banauka.ru/3912.html> - Электронная онлайн библиотека. Классификация научных исследований.
2. [http://www.research-alliance.org/pages/lean/lean\\_home.htm](http://www.research-alliance.org/pages/lean/lean_home.htm) - Systems Building Research Alliance (SBRA).
3. <http://www.sae.org/> - Интернет-портал, посвященный инжинирингу.
4. <http://приоритет.рф/> - сайт компании «Приоритет».
5. MSWindows 7
6. MicrosoftOffice 2007 Профессиональный
7. KasperskyEndpointSecurity 10 forWindows
8. Консультант Плюс

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ с учетом рекомендаций и ООП ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий».

Автор (ы) к.ф.н., доцент кафедры сервиса и туризма Богатырева Л.Г.

Рецензент (ы) \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой сервиса и туризма д.э.н, профессор Ефремова М.В.