|  |
| --- |
| Кафедра социально-культурного сервиса и туризма  УТВЕРЖДАЮ  Проректор  по учебно-методической работе  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С.Н.Большаков  «\_\_\_\_ »\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_ г  **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  **Б1.В.02.06 ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА**  **направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело**  **Направленность (профиль) Гостиничная деятельность**  Санкт-Петербург  2019 |

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  пп | Индекс компетенции | Содержание компетенции  (или ее части) | Индикатор |
|
| **1.** | ПК-3 | Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере | ПК-3.2. Применяет современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности. |
| ПК-3.3. Разрабатывает предложения по совершенствованию технологий обслуживания в организациях избранной профессиональной сферы с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья. |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

**Цель преподавания дисциплины:**

подготовить выпускника к практической деятельности по организации продаж гостиничного продукта с использованием знаний, полученных при изучении технологических процессов, применяемых гостиничными предприятиями при формировании и реализации гостиничных услуг.

**Задачами освоения дисциплины являются:**

* ознакомиться с технологическими процессами работы гостиничных предприятий;
* освоить основные методы и технологии продаж гостиничного продукта;
* ознакомиться с законодательными актами и правилами, используемыми предприятиями гостиничной индустрии при организации размещения российских и иностранных туристов.
* ознакомиться с современными технологиями оказания и продаж услуг в организациях гостиничной индустрии

**Место дисциплины**: Данная дисциплина реализуется в рамках вариативной части программы бакалавриата, определяет направленность (профиль), является обязательной для освоения обучающимися.

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы,144 академических часа *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

Очная форма обучения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час | |
|  |  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | **60** | |
| В том числе: |  | |
| Лекции | 30 | - |
| Лабораторные работы / Практические занятия (в т.ч. зачет) | -/30 | -/6 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | **57** | |
| Вид промежуточной аттестации (зачет) | - | |
| контактная работа | - | |
| самостоятельная работа по подготовке к зачету | - | |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | **27** | |
| контактная работа | 2,35 | |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | 24,65 | |
| Общая трудоемкость час  з.е. | **144** | |
| 4 | |

Заочная форма обучения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час | |
|  |  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | **20** | |
| В том числе: |  | |
| Лекции | 10 | - |
| Лабораторные работы / Практические занятия | -/10 | -/4 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | **115** | - |
| Вид промежуточной аттестации (**зачет**) | - | - |
| контактная работа | - | - |
| самостоятельная работа по подготовке к зачету | - | - |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | **9** | |
| контактная работа | 2,35 | |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | 6,65 | |
| Общая трудоемкость час  з.е. | **144** | |
| 4 | |

**4.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:**

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей**).**

**4.1 Блоки (разделы) дисциплины.**

Тема 1. Сегментация рынка гостиниц.

Тема 2. Жизненный цикл гостиничного продукта.

Тема 3. Ценообразование и ценовая политика в гостиничном бизнесе

Тема 4. Эффективные техники продвижения гостиничных услуг.

Тема 5. Основы невербального общения.

Тема 6. Мотивы и потребности клиента гостиницы.

Тема 7. Формирование дополнительных потребностей.

Тема 8. Создание клиентской базы в выбранном сегменте ранка гостиничных услуг.

Тема 9. Алгоритм работы с возражениями. Рефрейминг. Работа с ценой.

Тема 10. Виды влияния.

Тема 11. Этика и ответственность гостиничного предприятия перед клиентом.

Тема 12. Технологии социологических исследований. Холодные звонки.

Тема 13. Нормы и правила взаимодействия с клиентами.

**4.2. Примерная тематика курсовых проектов (работ)**

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

**4.3. Перечень занятий, проводимых в активной и интерактивной формах, обеспечивающих развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств. Практическая подготовка\*.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование блока (раздела) дисциплины** | **Занятия, проводимые в активной и интерактивной формах** | | **Практическая подготовка\*** |
| **Форма проведения занятия** | **Наименование видов занятий** |
| 1. | Тема 1. Сегментация рынка гостиниц. | практическое занятие | дискуссия | Выполнение практического задания |
| 2. | Тема 3. Ценообразование и ценовая политика в гостиничном бизнесе | практическое занятие | дискуссия | Выполнение практического задания |
| 3. | Тема 8. Создание клиентской базы в выбранном сегменте ранка гостиничных услуг | практическое занятие | дискуссия | Выполнение практического задания |

**\***Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, **предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.**

**5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:**

**5.1. Темы для творческой самостоятельной работы обучающегося**

Темы для творческой самостоятельной работы студента формулируются обучающимся самостоятельно, исходя из перечня тем занятий текущего семестра.

**5.2 Вопросы для подготовки к практическим занятиям :**

*Тема 1. Сегментация рынка гостиниц.*

1. Виды гостиничных услуг.

2. Сущность гостиничных услуг и их классификация.

*Тема 2. Жизненный цикл товаров и услуг.*

1.Выбор политики маркетинга при смене фаз жизненного цикла.

2. Особенности потребительского рынка гостиничных услуг.

*Тема 3. Ценообразование и ценовая политика в гостиничном бизнесе*

1. Степень чувствительности к цене.

2. Что такое модификация цен?

*Тема 4. Эффективные техники продвижения товаров и услуг.*

1. Особенности рекламной деятельности гостиничных услуг.

2. Личная продажа в комплексе маркетинговых коммуникаций.

*Тема 5. Основы невербального общения.*

1. Основные правила эффективного общения в сфере гостеприимства.

2. особенности зрительного и психологического контакта с потребителем услуги.

*Тема 6. Мотивы и потребности клиента.*

1. Методы, используемые при определении мотивов и потребностей клиента.

2. Особенности мотивов и потребностей клиента для гостиниц.

*Тема 7. Формирование дополнительных потребностей.*

1. Понятие дополнительных потребностей.

2. Как сформировать доверие со стороны потребителя?

*Тема 8. Создание клиентской базы в выбранном сегменте ранка.*

1. Особенности клиентской базы на рынке гостиничных услуг.

2. Правила ведения клиентской базы.

*Тема 9. Алгоритм работы с возражениями. Рефрейминг. Работа с ценой.*

1. Методы рефрейминга при работе с возражениями.

2. Охарактеризуйте 4 правила аргументации.

*Тема 10. Виды влияния.*

1. Дополнительные приемы убеждения и влияния.

2. Метафорическое влияние.

*Тема 11. Этика и ответственность турагента перед клиентом.*

1. Этические и юридические стороны личных продаж.

2. Особенности работы с клиентом в сфере гостиничных услуг.

*Тема 12. Технологии социологических исследований. Холодные звонки.*

1. Социологические исследования в гостиничном бизнесе.

2. Понятие «холодный звонок» и его роль в работе гостиниц.

*Тема 13. Нормы и правила взаимодействия с клиентами.*

1. Нормы и правила взаимодействия персонала гостиниц с клиентом и турфирмами: законодательные, этические и психологические.

**6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости**

**6.1. Текущий контроль**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  пп | № и наименование блока (раздела) дисциплины | Форма текущего контроля |
| 1 | Тема 1. Сегментация рынка гостиниц | Устный опрос. |
| 2 | Тема 2. Жизненный цикл товаров и услуг | Устный опрос. |
| 3 | Тема 3 Ценообразование и ценовая политика в гостиничном бизнесе | Устный опрос. |
| 4 | Тема 4. Эффективные техники продвижения товаров и услуг | Устный опрос. |
| 5 | Тема 5. Основы невербального общения | Устный опрос. |
| 6 | Тема 6. Мотивы и потребности клиента | Устный опрос. |
| 7 | Тема 7. Формирование дополнительных потребностей | Устный опрос. |
| 8 | Тема 8. Создание клиентской базы в выбранном сегменте ранка | Устный опрос. |
| 9 | Тема 9. Алгоритм работы с возражениями. Рефрейминг. Работа с ценой | Устный опрос. |
| 10 | Тема 10. Виды влияния. Дополнительные приемы убеждения и влияния. | Устный опрос. |
| 11 | Тема 11. Этика и ответственность турагента перед клиентом | Устный опрос. |
| 12 | Тема 12. Технологии социологических исследований. Холодные звонки | Устный опрос. |
| 13 | Тема 13. Нормы и правила взаимодействия с клиентами | Устный опрос. Тестовое задание |

**6.2. Примеры оценочных средств для текущего контроля по дисциплине**

***Вопросы для устного опроса***

Представлены в п. 5.1

***Примеры тестовых заданий***

***Вариант 1.***

Вопрос 1. Как называется «кто-либо совершающий путешествие для удовольствия или из интереса»?

1. путешественник;

2. экскурсант;

3. землепроходец;

4. турист;

5. первопроходец.

Вопрос 2. Какие сферы бизнеса служат туристам тем или иным образом:

1. гостиничный и туристский бизнес;

2. путешествия, туризм;

3. распространение туров и ресторанный бизнес;

4. работа туристских агентств;

5. железнодорожные и автобусные маршруты.

Вопрос 3. Как можно назвать работу туристских агентов, авиакомпаний, прокат машин, железные дороги, автобусные маршруты, гостиницы и рестораны?

1. инфраструктура туризма;

2. туристская сфера;

3. обеспечивающие службы;

4. индустрия туризма;

5. индустрия развлечений.

Вопрос 4. Что поощряют рост и усложнение туристской сферы?

1. совершенство туристского продукта;

2. инвестиции;

3. занятость;

4. улучшение сервиса;

5. специализацию.

Вопрос 5. С какой наукой тесно связана история туризма?

1. с социологией, регионалистикой;

2. с экологией, природоведением;

3. с географией, климатологией;

4. с экономикой, технологией, общественной историей;

5. с этнографией, демографией.

***Вариант 2***

Вопрос 1. Что определяет технология путешествия?

1. скорость;

2. комфорт;

3. число и размещение общественного жилья;

4. стоимость путешествия;

5. уровень сервиса.

Вопрос 2. Где были размещены первые таверны?

1. в лесах;

2. в портовых городах или на реках;

3. в горах;

4. в пустынях;

5. на пастбищах.

Вопрос 3. Где стали строиться таверны с наступлением эры дилижанса?

1. в портовых городах;

2. в лесах;

3. в горах;

4. вдоль главных дорог;

5. у рек.

Вопрос 4. Необходимость, в каких заведениях, расположенных рядом с железнодорожными станциями, принесли железные дороги?

1. в отелях;

2. в тавернах;

3. в гостиницах;

4. в мотелях;

5. в кемпингах.

Вопрос 5. Развитие автомобильного транспорта привело к необходимости строительства, каких сооружений?

1. отелей;

2. кемпингов;

3. таверн;

4. гостиниц;

5. мотелей.

**7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Авторы | Место издания | Год издания | | Наличие | |
| печатные издания | в ЭБС, адрес в сети Интернет |
| 1. | Продажи и управление продажами = SELLING & SALES MANAGEMENT: учебное пособие | Джоббер Д. , Ланкастер Д. | М.: Юнити-Дана, | 2015 | |  | <http://biblioclub.ru/> |
| 2. | Реклама в туризме: учебно-методическое пособие | Козлова  В. А. | Орел: МАБИВ | 2014 | |  | <http://biblioclub.ru/> |
| 1. | Туризм : от социальной теории к практике управления: учебное пособие | Покровский Н. Е. , Черняева  Т. И. | М.: Логос, | 2009 |  | | <http://biblioclub.ru/> |
| 2. | Разработка комплекса продвижения | Цыганков  О. М. | М.: Лаборатория книги | 2011 |  | | <http://biblioclub.ru/> |
| 3. | Первоклассный сервис как конкурентное преимущество. | Шоул Д. | М., Альпина Бизнес Букс | 2006 |  | | <http://biblioclub.ru/> |

**8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму (Ростуризм: URL: <http://www.russiatourism.ru/>
2. Официальный сайт Российской гостиничной Ассоциации: URL:<http://rha.ru/>
3. Официальный сайт Российского союза туриндустрии: URL:<http://www.rostourunion.ru/>
4. Портал про гостиничный бизнес: URL:<http://prohotel.ru/>
5. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса: URL: [http://www.frontdesk.ru](http://www.frontdesk.ru/vetka.cgi?vetkaid=39)
6. Все об отелях: URL:<http://www.city-of-hotels.ru/>
7. Консультант.: URL: http://www.consultant.ru - справочно-правовая система. Содержит законодательную базу, нормативно-правовое обеспечение, статьи.
8. Cайт для профессионалов индустрии гостеприимства: URL://http: [www.hospitalitynet.org](http://www.hospitalitynet.org)
9. Официальный сайт Лозанской школы гостиничного менеджмента :URL://http [www.ehl.edu](http://www.ehl.edu)
10. Известия Российского союза по туризму URL://http: [www.ratanews](http://www.ratanews)
11. Электронно-библиотечная система «Университетская Библиотека». – Режим доступа: https://biblioclub.ru

**9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ:**

В ходе осуществления образовательного процесса используются следующие информационные технологии:

- средства визуального отображения и представления информации (LibreOffice) для создания визуальных презентаций как преподавателем (при проведении занятий) так и обучаемым при подготовке докладов для семинарского занятия.

- средства телекоммуникационного общения (электронная почта и т.п.) преподавателя и обучаемого.

- использование обучаемым возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» при осуществлении самостоятельной работы.

**9.1. Требования к программному обеспечению учебного процесса**

Для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие программные средства:

* Windows 10 x64
* MicrosoftOffice 2016
* LibreOffice
* Firefox
* GIMP

**9.2. Информационно-справочные системы (при необходимости):**

Не используются

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Для изучения дисциплины используется следующее оборудование: аудитория, укомплектованная мебелью для обучающихся и преподавателя, доской, ПК с выходом в интернет, мультимедийным проектором и экраном.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами (ПК с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронно-информационно-образовательную среду организации).