Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

ФИО: Шебзуева Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского федерального университета
Дата подписания: 05.09.2023 16:50:29
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e5d7e73486432a1c8e938

Дисциплина
(Модуль)
ЭМ.04. «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта»
МДК.04.01 «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта»

Содержание
Эволюция гостиничной индустрии в России. Роль гостиничного продукта в организации тура. Нормативно-правовое обеспечение гостиничной деятельности в России и за рубежом. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. ГОСТ Р 51185-11 «Средства размещения. Общие требования». Основные и дополнительные службы отеля, их функции, характеристика взаимоотношения. Классификация услуг в соответствии с классом предприятия, его специализацией. Организация отдыха и развлечений в гостинице. Технология взаимодействия сотрудников службы бронирования и продаж с гостями.

Реализуемые компетенции
ОК 01-10
ПК 4.1-4.3

Результаты освоения дисциплины (модуля)
Знать:
- структуру и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием и взаимосвязи с другими подразделениями гостиницы;
– способы управления доходами гостиницы;
– особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;
– особенности работы с различными категориями гостей;
– методы управления продажами с учётом сегментации;
способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;
– особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
– каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
– ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
– принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;
– методы максимизации доходов гостиницы;
– критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
– виды отчетности по продажам.
Уметь:
- осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;
– выделять целевой сегмент клиентской базы;
– собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
– ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
– разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
– выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;
– планировать и прогнозировать продажи;
– проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.
иметь практический опыт:
- планировании, организации, стимулировании и контроле деятельности сотрудников службы бронирования и продаж;
– разработке практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
– выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта;

	– определении эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта.					
Трудоемкость, час.	249					
Объем занятий, часов		Лекций	Практических (семинарских) занятий	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа
	Всего	120	120	Не предусмотрены	9	-
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	Зачет – 5 семестр Экзамен – 6 семестр					