

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 05.09.2023 16:50:34

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486417a1c8ef96f

ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ

Дисциплина (Модуль)	ПМ.04. «Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта» МДК.04.02 «Продвижение и продажа гостиничного продукта»
Содержание	Гостиничный продукт как комплекс гостиничных услуг. Этапы формирования гостиничного продукта. Особенности маркетинга гостиничных услуг. Основные принципы маркетинга в гостиничном предприятии. Основные элементы комплекса маркетинга. Менеджмент туристической отрасли. Гостиничный продукт и его социально-экономическое значение. Электронная коммерция в туризме. Правила работы с возражениями. Документационное обеспечение продаж турпродукта.
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.	254					
Объем занятий, часов		Лекций	Практических (семинарских) занятий	Курсовая работа	Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа
	Всего	104	106	28	12	4
Формы отчетности (в т.ч. по семестрам)	Контрольная работа – 6 семестр Курсовая работа, экзамен – 7 семестр					