

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 19.09.2023 15:34:37

Уникальный программный ключ: «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА
(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)**

Направление подготовки	43.03.03 Гостиничное дело
Профиль подготовки	Гостиничная деятельность
Квалификация выпускника	бакалавр
Форма обучения	Очная
Изучается в	7 семестре

Пятигорск, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
План практических занятий	4
Список рекомендуемой литературы	12

ПРЕДИСЛОВИЕ

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (послесеминарская работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Не только семинар, но и предваряющая и заключающая его части являются необходимыми звеньями целостной системы усвоения вынесенной на обсуждение темы.

Семинарское занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на семинарском занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам семинарских занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических заданий. К каждому семинарскому занятию студент подбирает дополнительные материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Если слушатель не подготовился к семинарскому занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе.

При подготовке к семинарским занятиям по всем темам слушатели должны изучить рекомендованную в плане практических занятий специальную литературу; рекомендованную в плане практических занятий дополнительную литературу.

ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Семинарское занятие 1

Тема 2. Основные формы продаж гостиничных услуг.

Цель: изучить сущность продаж и их роль в системе маркетинга предприятия.

Организационная форма занятия: практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

Типы продаж. Имидж продаж. Реализация маркетинговой концепции. Каналы продаж. Услуги, связанные с продажами. Стимулирование продаж. Выставки. Международные продажи. Организация офисных продаж.

Методические рекомендации: изучить основную и дополнительную литературу.

Задания и вопросы для самоконтроля:

1. Раскройте сущность управления продажами и его предназначение.
2. Определите зависимость между продажами и маркетингом.
3. Что представляет собой маркетинговая концепция?

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст] / Е.И. Мазилкина. - М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

1. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие / Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие / А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
3. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.] - М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Семинарское занятие 2

Тема 3. Методы стимулирования продаж.

Цель: рассмотреть методы стимулирования продаж в гостиничных предприятиях.

Организационная форма занятия: практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

Методы персональных продаж. Особые формы коммерческого взаимодействия. Ценовое стимулирование. Натуральное стимулирование. Игровое стимулирование. Услужливое стимулирование. Предоставление бонусов, систем скидок, акций.

Методические рекомендации: изучить основную и дополнительную литературу.

Задания и вопросы для самоконтроля:

1. Что такое мерчандайзинг?
2. Перечислите компоненты организации эффективного сбыта.
3. Какие подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа

вам известны?

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
4. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.]- М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Семинарское занятие 3

Тема 4. Установление контакта продавца с покупателем.

Цель: овладеть приемами установления контакта с клиентом в процессе взаимодействия.

Организационная форма занятия: практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

Управление контактом с клиентом. Технология управления контактом. Приемы воздействия на клиента. Формирование первого впечатления. Типы клиентов. Тайная манипуляция клиентами. Влияние позитивных формулировок на процесс установления контакта.

Методические рекомендации: ознакомление с материалами лекции, рекомендованной литературой по теме.

Задания и вопросы для самоконтроля:

1. Какую роль играют демотиваторы в профессиональной деятельности коммерсанта?
2. Значение опыта и образования в профессиональной деятельности продавца
3. Сформулируйте основные правила продажи.
4. Как планомерно готовиться к деловой беседе?

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
4. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.]- М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Семинарское занятие 4

Тема 5. Анализ потребностей клиента.

Цель: научиться выявлять потребности клиента на этапе установления контакта

Организационная форма занятия: практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

Типы вопросов и их характеристика. Основные потребительские мотивы и покупательские импульсы клиентов. Основные типы покупателей. Технологические приёмы общения с клиентами.

Методические рекомендации: ознакомление с материалами лекции, рекомендованной литературой по теме.

Задания и вопросы для самоконтроля:

1. Сформулировать 10 открытых и 10 закрытых вопросов и задать их клиенту в сконструированной ситуации.
2. Сформулировать пять цепочек из трех закрытых вопросов, подразумевающих положительный ответ клиента так, чтобы ответ на последний вопрос в цепочке оказался утвердительным.

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
4. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.]- М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к

образовательным ресурсам».

Семинарское занятие 5.

Тема 6. Презентация гостиничного продукта. Техника презентации.

Цель: овладеть приемами взаимодействия продавца и покупателя на этапе презентации.

Организационная форма занятия: практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

Структура презентации. Методы презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации. Правила проведения презентации.

Методические рекомендации: ознакомление с материалами лекции, рекомендованной литературой по теме.

Задания и вопросы для самоконтроля:

1. 6 эмоциональных точек, умело воздействуя на которые можно повлиять на поведение покупателей
2. Что означает техника «СВ»?
3. Каковы цели презентации?
4. Перечислите 12 элементов успешной презентации.

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
4. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.]- М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Семинарское занятие 6

Тема 7. Основные техники работы с возражениями.

Цель: овладеть основными техниками работы с возражениями.

Организационная форма занятия: практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

Общие положения, диагностика ложных возражений. Способы и методы обработки возражений. Основные типы слушателей: их характеристика и описание основных психологических реакций. Способы выражения возражений при общении в процессе купли-продажи. Виды личностных сопротивлений: приёмы преодоления. Использование рефрейминга в работе с клиентом.

Методические рекомендации: ознакомление с материалами лекции, рекомендованной литературой по теме.

Задания и вопросы для самоконтроля:

1. Что такое рефрейминг, как психологический приём?
2. Опишите психологический приём «Репорт».
3. В каких случаях употребляют приём «Ты-зеркало»?
4. Как вы думаете, следует ли учиться технологическим приёмам присоединения к клиентам, или эти навыки можно получить практикуясь на рабочем месте?
5. Попробуйте в сложных торговых ситуациях попробовать использовать приём «Улыбка». В чём его достоинства?
6. Каких изменений в позиции клиента можно добиться с помощью приёма «Имя собственное»?
7. Отказ в покупке: норма в отношениях «купли-продажи» или досадное недоразумение?

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
4. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.] - М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Семинарское занятие 7

Тема 8. Психологические аспекты ведения переговоров о цене. Техника ведения телефонных переговоров.

Цель: овладеть техникой ведения телефонных переговоров.

Организационная форма занятия: интеллектуальная дуэль

Вопросы для обсуждения:

Правила проведения переговоров о цене. 11 вопросов, которые приводят к сделке. Методы эффективной организации телефонных переговоров. Подготовка к телефонному разговору. Вербальные средства выражения. Задачи менеджера гостиничного предприятия при проведении переговоров с клиентом по телефону.

Методические рекомендации: ознакомление с материалами лекции, рекомендованной литературой по теме.

Задания и вопросы для самоконтроля:

1. Сформулируйте основные правила общения.
2. Почему люди не слушают другого?

3. В чём опасность не слушать собеседника?
4. Основные типы слушателей: их характеристика и описание основных психологических реакций.
5. Когда люди возражают?
6. Основные психологические приемы работы с возражениями людей.
7. Определите общепринятые причины, почему люди возражают.
8. Как вы реагируете на возражения других людей? Проанализируйте свое поведение на переговорах.
9. Основные слагаемые «понимающего» слушания.

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
4. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.] - М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Семинарское занятие 8

Тема 9. Завершающая стадия продажи.

Цель: овладеть навыками развития коммуникативных способностей; построения долгосрочного сотрудничества.

Организационная форма занятия: семинарское занятие

Вопросы для обсуждения:

Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя.
Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворенности клиента.
Работа с жалобами и претензиями.

Методические рекомендации: ознакомление с материалами лекции, рекомендованной литературой по теме.

Задания и вопросы для самоконтроля:

1. Назовите ошибки продавца на завершающей стадии продажи.
2. Перечислите главные рекомендации при заключении сделки.
3. Какими способами модно завершить сделку купли-продажи.

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
4. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.]- М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

Семинарское занятие 9

Тема 10. Организация продаж и современные технологии в гостиничном бизнесе.

Цель: изучить современные технологии, используемые при организации продаж в гостиничном бизнесе.

Организационная форма занятия: практическое занятие

Вопросы для обсуждения:

Использование интерактивных технологий при организации продаж. Глобальная сеть Интернет, как канал продвижения и реализации гостиничного продукта.

Методические рекомендации: ознакомление с материалами лекции, рекомендованной литературой по теме.

Задания и вопросы для самоконтроля:

1. Что следует понимать под каналами сбыта туристских и гостиничных услуг и как они могут взаимодействовать между собой?
2. Какова роль посредников в продвижении гостиничных и туристских услуг на рынок?
3. Дайте характеристику ключевым функциям рыночного канала быта.
4. Опишите специфику проявления этих функций на этапе взаимодействия гостиничных и туристских услуг.
5. Что такое SMM-продвижение в отеле?

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
4. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.]- М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. :

ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ:

Рекомендуемая литература:

1. Перечень основной литературы:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие [Текст]/ Е.И. Мазилкина.- М.: НИЦ «Инфра-М», 2022. ил. - Библиогр.: с. 207. – ISBN: 978-5-16-014060-5.

2. Перечень дополнительной литературы:

2. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-методическое пособие/ Л. И. Егоренков- М.: Финансы и статистика, 2016. .— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Котанс, А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учеб. пособие/ А. Я. Котанс- М.: Флинта, 2018. - 348, [1] с. : рис. - Библиогр. в конце кн. - ISBN 978-5-4377-0016-7 : 595-00.
4. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практическое пособие / О. Ю. Грачева [и др.]- М.: ИТК "Дашков и К°", 2020. - 300 с. : ил. - (Бакалавриат). - Библиогр.: с. 287- 290. - бакалавры. - ISBN 978-5-4365-0139-0 : 100-00.

Интернет-ресурсы:

1. <http://biblioclub.ru> ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. www.elibrary.ru Научная электронная библиотека e-library;
3. www.library.stavsu.ru Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ;
4. www.window.edu.ru Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам».