

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Байханов Исмаил Бардирович
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.07.2023 10:48:33
Уникальный программный ключ:
442c337cd125e1d014f6289ac98819e502697784

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В ОБРАЗОВАНИИ**



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Модуль "Управление в индустрии гостеприимства"

по дисциплине

Б1.О.06.03 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства

Направление подготовки

43.03.03-"Гостиничное дело"

Профиль подготовки

"Гостиничная деятельность"

Квалификация выпускника

уровень образования

Бакалавр

форма обучения

заочная

Год приема -2023

Грозный, 2023

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

1.1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1. О.06.03 Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства входит в обязательную часть основной профессиональной образовательной программы и является обязательной для изучения.

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства» является теоретическим и методологическим основанием для других конкретных наук в сфере гостиничной деятельности.

Учебная дисциплина «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства» изучается на 1 курсе в первом семестре.

Дисциплина Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства используется при формировании содержания государственной итоговой аттестации.

1.2. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Значимость курса «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства» для бакалавров направления «Гостиничное дело» определяется необходимостью формирования у студентов научного представления об управлении как вида профессиональной деятельности.

Целью дисциплины является понимание основ создания и функционирования системы продвижения и продаж в гостиничном бизнесе, подготовить студентов к практическому использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг, раскрыть методы и приемы ведения продаж гостиничных услуг на внутренних и международных рынках, способы организации и проведения рекламы..

1.3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ И ПРОДАЖ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА, МОДУЛЬ «УПРАВЛЕНИЕ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА»

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие компетенции: ПК-2; ПКО-3

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций, которые формирует дисциплина (модуль)	Планируемые результаты обучения
ПК-2. Способен применять современные технологии	ПК-2.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций	Знать: основные понятия управления и тенденции современного

<p>ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства ПК-2.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, их структурных подразделений ПК-2.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства и общественного питания ПК-2.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий сферы гостеприимства и общественного питания, анализирует основные показатели деятельности предприятия ПК-3.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания ПК-3.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет ПК-3.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>менеджмента сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>Уметь: анализировать структуру целеполагания и ее взаимосвязь с ценностями потребителя</p> <p>Владеть: приемами работы с источниками информации для определения целей и задач управления структурными подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>
<p>ПКО-3. Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сферы в</p>	<p>ПКО-3.1. Формирует спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий.</p>	<p>Знать: методы, технологии и принципы обеспечения гостинично-ресторанного продукта на основе маркетинговых исследований</p>

избранной профессиональной сфере	<p>ПКО-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</p>	<p>Уметь: осуществлять аргументированный выбор методов и технологий реализации маркетинговых исследований гостинично-ресторанного бизнеса</p> <p>Владеть: навыками обобщения и анализа современных разработок и подходов к маркетинговым исследованиям в индустрии гостеприимства</p>
	<p>ПКО-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</p>	

1.4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144/4 з.е. (академ. часов)

Таблица 2

Вид учебной работы	Количество академ. часов	
	Очно	Заочно
4.1. Объем контактной работы обучающихся с преподавателем		144/4
4.1.1. аудиторная работа		8/0,2
в том числе:		
лекции		2/0,5
практические занятия, семинары, в том числе практическая подготовка		6/0,16
лабораторные занятия		
4.1.2. внеаудиторная работа		
в том числе:		
индивидуальная работа обучающихся с преподавателем		
курсовое проектирование/работа		
групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем		
4.2. Объем самостоятельной работы обучающихся		127/3,5
в том числе часов, выделенных на подготовку к экзамену		9/0,25

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ):

Таблица 3

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая трудоёмкость в акад. часах		Трудоёмкость по видам учебных занятий (в акад. часах) I семестр							
				Лекции		Практ. занятия		Лаб. занятия		Сам. работа	
				Очно	Заочно	Очно	Заочно	Очно	Заочно	Очно	Заочно
1	Тема 1. Развитие продаж и их роль в гостиничном бизнесе.	X	144/4	X	2/0,5	X	6/0,16	X	X	X	132/3,7
	<i>Курсовое проектирование/работа</i>	X	X	X		X		X		X	X
	<i>Подготовка к экзамену (зачету)</i>	X	4	X		X		X		X	X
	Итого:	X	144/4	X	2/0,5	X	6/0,16	X		X	132/3,7

2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ):

Таблица 4

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание дисциплины (дидактические единицы) (для педагогических профилей наполняется с учетом ФГОС основного общего и среднего общего)
1.	Тема 1. Введение в дисциплину	Цель, задачи дисциплины. Понятийный аппарат дисциплины. Предмет дисциплины. Продажи тогда и сейчас.
2.	Тема 2. План маркетинга	Организация маркетинговой группы. Этапы составления плана маркетинга. Проведение маркетингового аудита. Выбор целевых рынков. Позиционирование гостиничного предприятия. Определение маркетинговых целей. Разработка и внедрение планов деятельности. Контроль и оценка плана маркетинга на гостиничных предприятиях
3.	Тема 3. Основы продаж	Виды продаж. Особенности продаж. Правила продаж. Успешность и неуспешность продаж.
4.	Личная продажа услуг в гостиничной индустрии	Определение потенциальных клиентов гостиничных предприятий. Подготовка торговой презентации. Проведение торговой презентации: открытие презентации, вовлечение клиента в процесс презентации, презентация гостиничных услуг, преодоление возражений клиента, закрытие презентации и последующая работа с клиентом. Повышение производительности продаж в гостиничной индустрии.

5.	Тема 5. Телефонная продажа услуг в гостиничной индустрии	Основы общения по телефону. Телефонный этикет. Необходимые навыки общения по телефону. Исходящие телефонные звонки: определение потенциальных клиентов гостиничных предприятий, назначение деловых встреч, продажа гостиничных услуг, продвижение гостиничных услуг, установление обратной связи с клиентом, обеспечение Public Relations в гостиничной индустрии. Поступающие телефонные звонки: бронирование гостиничных номеров, отклики на рекламу, поиск справочной информации. Организация телефонной продажи услуг в гостиничной индустрии
6.	Тема 6. Продажа продукции и услуг ресторанов и баров	Позиционирование ресторанов и баров. Мерчандайзинг блюд и напитков. Продвижение продукции и услуг ресторанов и баров. Организация возвратного бизнеса. Деятельность по обслуживанию клиентов на предприятиях питания в гостиничной индустрии.
7.	Тема 7. Продажа банкетных залов и конференцзалов	Организация продаж банкетных залов. Разработка плана продажи. Подготовка персонала. Процедура продажи. Последующая работа с клиентом. Виды и методы продаж блюд и напитков. Организация продаж конференц-залов. Виды и обустройство конференц-залов. Бронирование конференц-залов. Управление проведением деловых встреч в гостиничной индустрии.
8.	Тема 8. Наружная реклама	Наружная реклама и его особенности: вывеска предприятия, рекламные щиты, афиши, транспаранты, электронные табло, экраны, выставочные стенды. Вспомогательные средства наружной рекламы.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Таблица 5

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы обучающихся
1.	Тема 1. Введение в дисциплину	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
2.	Тема 2. План маркетинга	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.

3.	Тема 3. Основы продаж	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
4.	Личная продажа услуг в гостиничной индустрии	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
5.	Тема 5. Телефонная продажа услуг в гостиничной индустрии	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
6.	Тема 6. Продажа продукции и услуг ресторанов и баров	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
7.	Тема 7. Продажа банкетных залов и конференцзалов	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.
8.	Тема 8. Наружная реклама	Чтение специальной литературы по разделу. Работа с конспектами лекций. Подготовка реферата или доклада по теме. Подготовка к выполнению самостоятельного практического задания.

3.2 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.2.1. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Таблица 6

Виды литературы	Автор, название литературы, город, издательство, год	Количество часов, указанных в литературе Аудит./самост.	Количество обучающихся	Количество экземпляров в библиотеке университета	Режим доступа ЭБС/электронный носитель (CD,DVD)	Обеспеченность обучающихся литературой, (5гр./4гр.х100%)
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература						

1	Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный //	8/127	10		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: http://urait.ru/bcode/492677	100%
2	Менеджмент : учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст : электронный //	8/127	10		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: http://urait.ru/bcode/489310	100%
3	Кольшклина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный //	8/127	10		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494889	100%
Дополнительная литература						
1	Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07327-0. — Текст : электронный //	8/127	10		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488680	100%
2.	<i>Николенко, П. Г.</i> Организация гостиничного дела : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Клюева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10614-5. — Текст : электронный //	8/127	10		Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/495422	100%

3.2.2. ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ

1. Цифровой образовательный ресурс «IPR SMART». <https://www.iprbookshop.ru>
2. Образовательная платформа «Юрайт». <https://urait.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Лань». <https://e.lanbook.com/>
4. МЭБ (межвузовская электронная библиотека) НГПУ. <https://icdlib.nspu.ru/>
5. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU. <https://www.elibrary.ru/>
6. СПС «КонсультантПлюс». <http://www.consultant.ru/>

ОТКРЫТЫЙ РЕСУРС

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. <http://window.edu.ru/catalog/>
8. Научная электронная библиотека «Киберленинка». <https://cyberleninka.ru/>

3.3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходима следующая материально-техническая база:

Таблица 7

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием кол-ва посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитория для проведения лекционных занятий		
Лекционная аудитория - ауд.	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)	Уч. корпус № г. Грозный, ул. Субры Кишиевой 33
Аудитории для проведения практических занятий, контроля успеваемости		
Компьютерный класс - ауд.	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза, технические средства для отображения мультимедийной или текстовой информации: мультимедиа проектор, экран, акустическая система. Мебель (столы ученические, стулья ученические) на 50 посадочных мест.	Уч. корпус № г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
Аудитория для практических занятий - ауд.	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)	г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
Помещения для самостоятельной работы		
Читальный зал библиотеки ЧПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест - 50.	Электронный читальный зал. этаж 2 Библиотечно-компьютерный центр г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

4.1. ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины / модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических и лабораторных занятий, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований и т.д.

Таблица 8

№ п/п	Наименование темы (раздела) с контролируемым содержанием	Код и наименование проверяемых	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация

1.	Тема 1. Введение в дисциплину	ПК-2; ПКО-3	Комбинированная проверка	Не предусмотрено учебным планом
2.	Тема 2. План маркетинга	ПК-2; ПКО-3	Комбинированная проверка	Не предусмотрено учебным планом
3.	Тема 3. Основы продаж	ПК-2; ПКО-3	Комбинированная проверка	Не предусмотрено учебным планом
4.	Личная продажа услуг в гостиничной индустрии	ПК-2; ПКО-3	Комбинированная проверка	Не предусмотрено учебным планом
5.	Тема 5. Телефонная продажа услуг в гостиничной индустрии	ПК-2; ПКО-3	Комбинированная проверка	Не предусмотрено учебным планом
6.	Тема 6. Продажа продукции и услуг ресторанов и баров	ПК-2; ПКО-3	Комбинированная проверка	Не предусмотрено учебным планом
7.	Тема 7. Продажа банкетных залов и конференцзалов	ПК-2; ПКО-3	Комбинированная проверка	Не предусмотрено учебным планом
8.	Тема 8. Наружная реклама	ПК-2; ПКО-3	Комбинированная проверка	Не предусмотрено учебным планом
	Курсовая работа (проект)	x	x	x
	Учебная практика	x	x	x
	Производственная практика	x	x	x

4.2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

4.2.1. Наименование оценочного средства: *тест*

1

1. Коллективные средства размещения:

- 1) дома отдыха;
- 2) спортивные базы;
- 3) комнаты в квартирах;
- 4) дома;
- 5) коттеджи;
- 6) квартира.

2. Индивидуальные средства размещения:

- 1) мотели;
- 2) пансионаты;

- 3) конгресс-центры;
 - 4) лагеря труда и отдыха;
 - 5) круизные суда;
 - 6) квартира.
3. Дополнительные гостиничные услуги:
- 1) киноконцертный зал;
 - 2) библиотека;
 - 3) парикмахерская;
 - 4) питание;
 - 5) химчистка;
 - 6) проживание.
4. В административную службу входит:
- 1) отдел бронирования;
 - 2) телефонная служба;
 - 3) поэтажная служба;
 - 4) главный инженер;
 - 5) секретариат;
 - 6) отдел кадров.
5. Бизнес-центр предоставляет следующие виды услуг:
- 1) организация экскурсионного обслуживания;
 - 2) услуги переводчиков;
 - 3) кофе брейки;
 - 4) заказ билетов в театр;
 - 5) визовая поддержка.
6. К спортивно-оздоровительному комплексу относятся:
- 1) косметические услуги;
 - 2) сауна;
 - 3) организация банкетов;
 - 4) массаж;
 - 6) парикмахерские услуги.
7. Консьержи предоставляют следующие виды услуг:
- 1) аренда помещений для конференций;
 - 2) международная спутниковая связь;
 - 3) заказ железнодорожных билетов;
 - 4) резервирование мест в ресторанах;

5) Интернет.

8. Плата за номер в гостинице за половину суток взимается:

- 1) от 12.00 до 24.00 часов текущих суток;
- 2) не более 6 часов после расчетного часа;
- 3) при проживании не более суток (первые сутки);
- 4) от 6.00 до 12.00 часов текущих суток;
- 5) при размещении в гостиницу до расчетного часа (от 0 до 12 часов);
- 6) от 12.00 до 18.00 часов текущих суток.

9. Основные функции службы приема и размещения:

- 1) поддержка необходимого санитарного состояния номеров;
- 2) услуги химчистки;
- 3) контроль систем теплоснабжения;
- 4) контроль технического оборудования;
- 5) обеспечение туристов физкультурно-оздоровительными услугами;
- 6) регистрация и размещение гостей.

10. Основные функции службы эксплуатации номерного фонда:

- 1) обслуживание гостей в номерах;
- 2) бронирование номеров;
- 3) вопросы по организации презентаций;
- 4) оказание услуг справочной службы;
- 5) изучение и анализ потребности клиентов;
- 6) прием, регистрация и размещение туристов по номерам.

11. Основные функции службы общественного питания:

- 1) оказание услуг связи;
- 2) оказание бытовых услуг;
- 3) организация и обслуживание банкетов;
- 4) анализирует состояние гостиничного рынка
- 5) обслуживание туристов в номерах;
- 6) контроль за работой системы кондиционирования.

12. Основные функции инженерно-технической службы:

- 1) услуги парикмахерской;
- 2) создание условий для функционирования электротехнических устройств;
- 3) услуги спортзала;
- 4) услуги портного;
- 5) торговые киоски;

б) контроль за соблюдением норм и правил экологической безопасности.

13. К жилым помещениям в гостинице относятся:

- 1) вестибюль;
- 2) административные помещения;
- 3) помещения общественного значения;
- 4) номера всех категорий;
- 5) хозяйственные помещения;
- 6) складские помещения.

14. В договоре между гостиницей и турфирмой указано:

- 1) сколько стоит номер в гостинице;
- 2) скидки на оплату проживания;
- 3) в какие сроки должна быть подана заявка на размещение туристов;
- 4) категория номера;
- 5) количество туристов;
- 6) фамилии туристов.

15. По уровню комфорта виды системы классификации гостиниц:

- 1) по часам;
- 2) по звездам;
- 3) по коронам;
- 4) по буквам;
- 5) по знакам;
- 6) по очкам.

Критерии оценивания результатов тестирования

Уровень освоения	Критерии	Баллы
Максимальный уровень	Выполнены правильно все задания теста (тест зачтен)	2
Средний уровень	Выполнено правильно больше половины заданий (тест зачтен)	1
Минимальный уровень	Выполнено правильно меньше половины заданий (тест не зачтен)	0

4.2.2. Наименование оценочного средства: доклад/сообщение

Примерная тематика докладов:

1. Организация и функционирование маркетинговой группы на гостиничных предприятиях (на примере конкретного гостиничного предприятия).
2. Проведение маркетингового аудита на гостиничных предприятиях (на примере конкретного гостиничного предприятия).
3. Составление и реализация плана маркетинга на гостиничных предприятиях (на примере конкретного гостиничного предприятия).
4. Позиционирование гостиничных предприятий (на примере конкретного гостиничного предприятия).
5. Контроль и оценка плана маркетинга на гостиничных предприятиях (на примере конкретного гостиничного предприятия).
6. Основные типы личных продаж в гостиничной индустрии.
7. Вербальные и невербальные коммуникации и их использование в гостиничной индустрии.
8. Подготовка и проведение презентации услуг гостиничного предприятия.
9. Типы возражений клиентов и способы их преодоления при проведении личной продажи гостиничных услуг.
10. Повышение производительности продаж в гостиничной индустрии.
11. Телефонный этикет в гостиничной индустрии.
12. Типы и назначение исходящих телефонных звонков на гостиничных предприятиях.
13. Типы и назначение поступающих телефонных звонков на гостиничных предприятиях.
14. Методы и приемы активного слушания при проведении телефонных бесед.

Критерии и шкалы оценивания доклада/сообщения (в форме презентации):

Уровень освоения	Критерии	Баллы
<i>Максимальный уровень</i>	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрировано умение выступать перед аудиторией; – содержание выступления даёт полную информацию о теме; – продемонстрировано умение выделять ключевые идеи; – умение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу; – высокая степень информативности, компактность слайдов 	3
<i>Средний уровень</i>	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирована общая ориентация в материале; – достаточно полная информация о теме; – продемонстрировано умение выделять ключевые идеи, но нет самостоятельных выводов; – невысокая степень информативности слайдов; – ошибки в структуре доклада; – недостаточное использование научной литературы 	2
<i>Минимальный уровень</i>	<ul style="list-style-type: none"> – продемонстрирована слабая (с фактическими ошибками) ориентация в материале; – ошибки в структуре доклада; – научная литература не привлечена 	1

<p>Минимальный уровень достигнут</p>	<p>не</p> <p>– выступление не содержит достаточной информации по теме; – продемонстрировано неумение выделять ключевые идеи; – неумение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу.</p>	<p>0</p>
--	---	----------

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Представлено в приложении №1.

Автор (ы) рабочей программы дисциплины (модуля):

И.о. зав.каф. экономики и управления

в образовании, к.э.н., доцент



Р.С.-Э.Юшаева

к.э.н., доцент



М.И. Гайрбекова

СОГЛАСОВАНО:

Директор библиотеки



Т.А.Арсагериева

**Оценочные средства
для проведения итоговой аттестации по дисциплине
Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства**

**Направление подготовки
43.03.03 – Гостиничное дело**

Профиль подготовки «Гостиничная деятельность»

Форма обучения: заочная

Год приема: 2023

1. Характеристика оценочной процедуры:

Семестр -4

Форма аттестации – экзамен

2. Оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

2.1. Вопросы для итоговой аттестации по дисциплине: Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства

- 1 Принципы организации маркетинговой группы на гостиничных предприятиях
- 2 Основные этапы разработки плана маркетинга
- 3 Маркетинговый аудит и его основные составляющие
- 4 Анализ конкуренции и методы его проведения
- 5 «Профиль клиента»: определение; информация, содержащаяся в этом документе
- 6 Основные стратегии позиционирования гостиничного предприятия
- 7 Требования, предъявляемые к разработке маркетинговых целей
- 8 Методы установления маркетингового бюджета.
- 9 Личная продажа услуг в гостиничной индустрии
- 10 Основные типы личных продаж в гостиничной индустрии
- 11 Перечень и характеристика основных категорий невербальных коммуникаций
- 12 Этапы проведения торговой презентации
- 13 Данные, необходимые для успешного проведения презентаций
- 14 Приемы, используемые агентами по личным продажам в гостиничной индустрии.
- 15 Причины возможного срыва проведения торговой презентации
- 16 Какие факторы необходимо учитывать при размещении наружной рекламы предприятий гостиничной индустрии?
- 17 Приведите примеры вспомогательных средств наружной рекламы.
- 18 Какие особенности имеет рекламирование деятельности гостиничных предприятий в специальных изданиях (каталогах, справочниках, ежегодниках)?
- 19 Назовите методы оценки эффективности печатной рекламы.
- 20 Как создаётся рекламное обращение предприятий гостиничной индустрии для прямой почтовой рассылки?
- 21 Телефонный этикет в гостиничной индустрии.
- 22 Типы и назначение исходящих телефонных звонков на гостиничных предприятиях.
- 23 Типы и назначение поступающих телефонных звонков на гостиничных предприятиях.

- 24 Методы и приемы активного слушания при проведении телефонных бесед.
 - 25 Объясните значение этикета телефонного общения.
 - 26 На какие категории подразделяются исходящие телефонные звонки на гостиничных предприятиях?
 - 27 Какие навыки необходимы при осуществлении телефонных звонков с целью определения потенциальных клиентов гостиничных предприятий?
 - 28 Охарактеризуйте основные стадии проведения телефонных разговоров по назначению деловых встреч.
 - 29 В чем заключается основное различие между телефонными звонками с целью продажи гостиничных услуг и с целью их продвижения?
 - 30 Основные типы личных продаж в гостиничной индустрии.
 - 31 Вербальные и невербальные коммуникации и их использование в гостиничной индустрии.
 - 32 Подготовка и проведение презентации услуг гостиничного предприятия.
 - 33 Типы возражений клиентов и способы их преодоления при проведении личной продажи гостиничных услуг.
 - 34 Повышение производительности продаж в гостиничной индустрии.
 - 35 Что представляет собой личная продажа услуг в гостиничной индустрии?
 - 36 Охарактеризуйте основные типы личных продаж в гостиничной индустрии.
 - 37 Приведите перечень и дайте характеристику основных категорий невербальных коммуникаций.
 - 38 Перечислите и охарактеризуйте этапы проведения торговой презентации.
 - 39 Какими данными необходимо обладать для успешного проведения презентаций?
 - 40 На какой временной период разрабатывается план маркетинга на гостиничных предприятиях?
 - 41 Охарактеризуйте основные этапы разработки плана маркетинга.
 - 42 Что такое маркетинговый аудит и каковы его основные составляющие?
 - 43 Какие цели преследует анализ конкуренции?
- Что такое «профиль клиента»? Какую информацию можно найти в этом документе?
- 45 Сущность продаж и их роль.
 - 46 Типы продаж
 - 48 Сущность управления продажами и его предназначение.
 - 49 Маркетинговая концепция.

2.2. Структура экзаменационного билета (примерная):

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Чеченский государственный педагогический университет»**

«Утверждено»
Зав. кафедрой _____ Р.С.-Э.Юшаева
Протокол №__ от «__» _____ 2023г.

БИЛЕТ- № 1

**Экзамен по дисциплине «Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства»
направление подготовки 43.03. Гостиничное дело, профиль подготовки «Гостиничная
деятельность», 4_семестр**

1. Понятие о гостиничных услугах и гостиницах.
2. Эволюция предприятий гостиничной индустрии.

Преподаватель: Гайрбекова М.И. _____

3. Критерии и шкала оценивания устного ответа, обучающегося на экзамене (зачете)

Максимальное количество баллов на экзамене (зачете) – 30, из них:

1. Ответ на первый вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.
2. Ответ на второй вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.

Таблица 13

№ п/п	Характеристика ответа	Баллы
1.	Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.	13-15
2.	Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	10-12
3	Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	7-9
4.	Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	6 и менее

Расчет итоговой рейтинговой оценки

Таблица 14

До 50 баллов включительно	«неудовлетворительно»
От 51 до 70 баллов	«удовлетворительно»
От 71 до 85 баллов	«хорошо»
От 86 до 100 баллов	«отлично»

4. Уровни сформированности компетенций по итогам освоения дисциплины (модуля)

Таблица 15

Индикаторы достижения компетенции (ИДК)	Уровни сформированности компетенций			
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительн о»
	86-100	71-85	51-70	Менее 51
	«зачтено»			«не зачтено»
Код и наименование формируемой компетенции				

ПК-2. Способен применять современные технологии ценовой сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	и	<p>Знает и понимает термины и определения, может сформулировать их самостоятельно;</p> <p>знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, может самостоятельно их интерпретировать</p> <p>и использовать;</p> <p>обладает твердым и полным знанием материала, владеет дополнительными знаниями;</p> <p>дает полный, развернутый ответ</p>	<p>Знает термины, определения, основные закономерности, соотношения и принципы построения знаний, способен их интерпретировать и использовать;</p> <p>знает материал в запланированном объеме; ответ достаточно полный, но не отражены некоторые аспекты</p>	<p>Знает термины и определения, но допускает неточности формулировок; знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний; способен их интерпретировать, но не способен использовать; знает только основной материал, без усвоения деталей, особенностей;</p> <p>дана только часть ответа на вопрос</p>	<p>Не знает базовые определения. Полное отсутствие ответа.</p>
		<p>Умеет выполнять практические задания повышенной сложности; самостоятельно анализирует теоретический материал, умеет применять теоретическую базу при выполнении практических заданий, предлагает собственный метод решения; грамотно обосновывает ход выполнения задания; поясняющие рисунки и схемы верны, аккуратно оформлены;</p> <p>не допускает ошибок при выполнении заданий, правильно обосновывает принятое решение; самостоятельно анализирует задание и решение.</p>	<p>Умеет выполнять типовые практические задания, предусмотренные программой; правильно применяет полученные знания при анализе теоретического материала, при выполнении заданий, грамотно обосновывает ход выполнения задания; поясняющие рисунки и схемы корректны понятны;</p> <p>допускает отдельные ошибки при выполнении заданий, не нарушающие логику решения; делает выводы по результатам решения.</p>	<p>Умеет выполнять практические задания, но не всех типов; испытывает затруднения при анализе теоретического материала,</p> <p>в применении теории при выполнении заданий;</p> <p>поясняющие рисунки и схемы содержат ошибки, оформлены небрежно; допускает ошибки при выполнении заданий, нарушения логики решения; испытывает затруднения с выводами.</p>	<p>Не умеет выполнять практические задания. Полное отсутствие ответа</p>

	<p>Владеет методикой выполнения стандартных заданий; использует полученные навыки при выполнении сложных, нестандартных заданий; выполняет трудовые действия быстро, выполняет все задания; выполняет трудовые действия качественно даже при выполнении сложных заданий;</p> <p>выполняет и оценивает трудовые действия самостоятельно, без посторонней помощи.</p>	<p>Владеет методикой выполнения стандартных заданий; выполнение нестандартных задание вызывает затруднения; выполняет трудовые действия, все поставленные задачи; выполняет трудовые действия качественно;</p> <p>самостоятельно выполняет и оценивает трудовые действия с консультацией у наставника.</p>	<p>Не владеет методикой выполнения стандартных заданий; испытывает трудности при выполнении стандартных заданий;</p> <p>выполняет трудовые действия медленно, с отставанием от установленного графика/норматива; выполняет трудовые действия с недостаточным качеством; выполняет трудовые действия, оценивает факты и собственные трудовые действия только с помощью наставника.</p>	<p>Не владеет методикой выполнения стандартных заданий. Полное отсутствие ответа</p>
<p>ПКО-3. Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере</p>	<p>Знает и понимает термины и определения, может сформулировать их самостоятельно;</p> <p>знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, может самостоятельно их интерпретировать и использовать; обладает твердым и полным знанием материала, владеет дополнительными знаниями;</p> <p>дает полный, развернутый ответ</p>	<p>Знает термины, определения, основные закономерности, соотношения и принципы построения знаний, способен их интерпретировать и использовать; знает материал в запланированном объеме; ответ достаточно полный, но не отражены некоторые аспекты</p>	<p>Знает термины и определения, но допускает неточности формулировок; знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний; способен их интерпретировать, но не способен использовать; знает только основной материал, без усвоения деталей, особенностей;</p> <p>дана только часть ответа на вопрос</p>	<p>Не знает базовые определения. Полное отсутствие ответа.</p>
	<p>Умеет выполнять практические задания повышенной сложности; самостоятельно анализирует теоретический материал, умеет</p>	<p>Умеет выполнять типовые практические задания, предусмотренные программой; правильно применяет</p>	<p>Умеет выполнять практические задания, но не всех типов; испытывает затруднения при анализе теоретического материала,</p>	<p>Не умеет выполнять практические задания. Полное отсутствие ответа</p>

	<p>применять теоретическую базу при выполнении практических заданий, предлагает собственный метод решения; грамотно обосновывает ход выполнения задания; поясняющие рисунки и схемы верны, аккуратно оформлены; не допускает ошибок при выполнении заданий, правильно обосновывает принятое решение; самостоятельно анализирует задание и решение.</p>	<p>полученные знания при анализе теоретического материала, при выполнении заданий, грамотно обосновывает ход выполнения задания; поясняющие рисунки и схемы корректны понятны; допускает отдельные ошибки при выполнении заданий, не нарушающие логику решения; делает выводы по результатам решения.</p>	<p>в применении теории при выполнении заданий; поясняющие рисунки и схемы содержат ошибки, оформлены небрежно; допускает ошибки при выполнении заданий, нарушения логики решения; испытывает затруднения с выводами.</p>	
	<p>Владеет методикой выполнения стандартных заданий; использует полученные навыки при выполнении сложных, нестандартных заданий; выполняет трудовые действия быстро, выполняет все задания; выполняет трудовые действия качественно даже при выполнении сложных заданий; выполняет и оценивает трудовые действия самостоятельно, без посторонней помощи.</p>	<p>Владеет методикой выполнения стандартных заданий; выполнение нестандартных задание вызывает затруднения; выполняет трудовые действия, все поставленные задачи; выполняет трудовые действия качественно; самостоятельно выполняет и оценивает трудовые действия с консультацией у наставника.</p>	<p>Не владеет методикой выполнения стандартных заданий; испытывает трудности при выполнении стандартных заданий; выполняет трудовые действия медленно, с отставанием от установленного графика/норматива; выполняет трудовые действия с недостаточным качеством; выполняет трудовые действия, оценивает факты и собственные трудовые действия только с помощью наставника.</p>	<p>Не владеет методикой выполнения стандартных заданий. Полное отсутствие ответа</p>

5. Рейтинг-план изучения дисциплины:

РЕЙТИНГ-ПЛАН

по дисциплине/ модулю на семестр

Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства

(название элемента учебного плана)

Направление, профиль подготовки

43.03.03. Гостиничное дело

Профиль Гостиничная деятельность

Курс 2, семестр 4 уч. год 2022 / 2023 гг.

Количество ЗЕ по плану 4

Форма промежуточной аттестации - экзамен

Количество часов по учебному плану 144, в т.ч. контактная (аудиторная) работа _____, самостоятельная работа _____,

Преподаватель: _____

(Ф.И.О., ученая степень, ученое звание)

Кафедра: Экономика и управление в образовании

№	Наименование вида деятельности	Сроки	Трудоемкость видов деятельности балл	Всего баллов
1-й текущий контроль: V=6, K1=1; K2=10.				K=10
2-й текущий контроль: V=6, K1=1; K2=10.				K=10
	6-е занятие: 1-й рубежный контроль (10б): V=2, K1=2,5, K2=4. 1.Тестовый контроль; 2.Выполнение контрольной работы по лекциям		2 2	4x2,5=10б
3-й текущий контроль: V=10; K1=0,6; K2= 17.				K=17

	4-й текущий контроль: V=10; K1=0,6; K2= 17.			K = 17
	16-е занятие:			
	2-й рубежный контроль (10б): V=2, K1=2,5, K2=4.			
	1.Тестовый контроль;		2	4x2,5=10б
	2.Выполнение контрольной работы по лекциям		2	

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ
Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства
Модуль "Управление в индустрии гостеприимства"**

(наименование дисциплины / модуля)

Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Профиль Гостиничная деятельность

(год набора 2023, форма обучения - заочная)

на 2023 / 2024 учебный год

В рабочую программу дисциплины Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства/модуля «Управление в индустрии гостеприимства» вносятся следующие изменения:

№ п/п	Раздел рабочей программы (пункт)	Краткая характеристика вносимых изменений	Основание для внесения изменений