

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Байханов Исмаил Баутдинович
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.07.2023 11:04:59
Уникальный программный ключ:
442c337cd125e1d014f62698c9d813e502697764

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ:

«Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства»

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.

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..

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

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 ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и	ПК-2.1. Проводит анализ системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы	Знать: основные понятия управления и тенденции современного менеджмента сферы гостеприимства и общественного питания

<p>общественного питания</p>	<p>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>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 сфере в избранной профессиональной сфере</p>	<p>ПКО-3.1. Формирует спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий. ПКО-3.2. Применяет современные технологии оказания услуг в организациях</p>	<p>Знать: методы, технологии и принципы обеспечения гостинично-ресторанного продукта на основе маркетинговых исследований Уметь: осуществлять аргументированный выбор методов и технологий</p>

	<p>избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности</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>	<p>реализации маркетинговых исследований гостинично-ресторанного бизнеса</p> <p>Владеть: навыками обобщения и анализа современных разработок и подходов к маркетинговым исследованиям в индустрии гостеприимства</p>
--	---	---

4. Общая трудоемкость дисциплины: 144/4 з.е.

5. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину
Тема 2. План маркетинга
Тема 3. Основы продаж
Личная продажа услуг в гостиничной индустрии
Тема 5. Телефонная продажа услуг в гостиничной индустрии
Тема 6. Продажа продукции и услуг ресторанов и баров
Тема 7. Продажа банкетных залов и конференцзалов
Тема 8. Наружная реклама

6. Формы промежуточной аттестации –экзамен.

7. Автор: к.э.н., доцент Гайрбекова М.И.

Программа одобрена на заседании кафедры экономики и управления в образовании от 24.04.2023 г. протокол №9.

И.о. зав.кафедрой ЭУО



Р.С.-Э.Юшаева