

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Б1.В.ДВ.05.01 «ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ В ГОСТИНИЧНОМ ДЕЛЕ»

Объем трудоемкости дисциплины для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, ОФО: 4 зачетные единицы (144 часа, из них: 59,3 часа – контактная работа, в том числе: аудиторные занятия – 54 часа (лекционных 18 ч., практических 36 ч.), иная контактная работа – 5,3 часа (КСР 5 ч., ИКР 0,3 ч.); 49 часов самостоятельной работы; 35,7 ч – контроль и сдача экзамена)

Цель дисциплины

Целью дисциплины «Технологии продаж в гостиничном деле» является приобретение студентами теоретических и практических навыков по организации и технологии приема и обслуживания гостей в гостиничном предприятии, ознакомление с требованиями основных нормативных документов, регламентирующих работу службы и регулирующих взаимосвязь между структурными подразделениями гостиницы занятых в процессе обслуживания.

Задачи дисциплины

Задачей данного курса является выявление закономерностей и тенденций развития современного гостиничного дела в сложных условиях кризиса с тем, чтобы научить студентов творчески использовать эти закономерности и тенденции для эффективного выполнения процессов продажи гостиничных и дополнительных услуг, вооружить студентов глубокими конкретными знаниями в области специфики гостиничной отрасли.

Достижение целей обучения по дисциплине предполагает:

- формирование основы знаний о системе гостеприимства
- формирование умений правильного применения основных понятий индустрии гостеприимства в практической работе и при изучении отраслей сферы туризма и гостеприимства.

Указанные знания необходимы будущим специалистам индустрии гостеприимства для успешного решения стоящих перед ними задач.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Технологии продаж в гостиничном деле» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана, является вариативной и изучается при условии выбора студентов.

Студенты обучаются по данному курсу в седьмом семестре. Являясь теоретической, данная дисциплина представляет собой основу для изучения всех профильных предметов. Для успешного ее изучения необходимы знания по экономике, менеджменту и маркетингу в гостиничной индустрии.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Технологии продаж в гостиничном деле».

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

ПК-10: готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей.

Таблица 1 – Результаты освоения дисциплины «Технологии продаж в гостиничном деле»

№ п.п.	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-10	готовность к применению прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителям	– организационную структуру и основные подразделения, участвующие в предоставлении гостиничной услуги; – технологию работы службы приема и размещения, отдела бронирования; – должностные обязанности работников служб гостиницы, стандарты обслуживания, виды договоров по предоставлению гостиничной услуги; - структуру бизнес-плана гостиничного предприятия.	- определить категорию номера в гостинице, - составить заявку на предварительное бронирования, - разрабатывать стандарты обслуживания, - использовать знания о хозяйственной деятельности гостиничного предприятия разных форм собственности, о формировании и развитии материально-технической деятельности гостиницы; - самостоятельно анализировать комплексную деятельность предприятия индустрии гостеприимства, развитие рынка туризма и гостеприимства; - грамотно организовать рекламно-информационную деятельность по продвижение гостиничной услуги.	- навыками организации и планирования деятельности гостиничного предприятия, работы по грамотному оформлению следующих документов: договор квотирования, агентского договора, договора на предоставления гостиничных услуг, претензии, протокол разногласий и др.; - навыками организации функциональных процессов в структурных подразделениях гостиничного предприятия отделе продаж и маркетинга, службе приема и размещения, отделе комплексной безопасности, службе Housekeeping, службе бронирования и др. служб гостиницы; - навыками гостиничного менеджмента, стратегии и тактики гостиничной деятельности, организации и координации работы исполнителей, стимулирования и контроля профессиональной деятельности.

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	
1	Служба управления номерным фондом, роль в процессе предоставления гостиничной услуги, основные подразделения. Функции, роль в процессе предоставления гостиничной услуги.	22	4	8	10
2	Служба приема и размещения, работа службы, функции, должностные инструкции, структура службы, рабочие смены.	22	4	8	10
3	Служба бронирования. Служба маркетинга и продаж. Задачи, цели, стратегии, обязанности, функционал, методы, способы.	20	4	6	10
4	Хозяйственная служба служба Housekeeping. Организационная структура службы, должностные обязанности, метод расчета оптимального количества сотрудников службы.	22	4	8	10
5	Инженерно-техническая служба, служба безопасности. Функционал, организационные структуры служб, цели, задачи	17	2	6	9
Итого по дисциплине:			18	36	49

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Ворох, Н.И. Технологии продаж [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ, 2014. – 386 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/64081>
2. Джоббер Д., Ланкастер Д. Продажи и управление продажами [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 622 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872281>
3. Зайцева Н.А, Ларионова А.А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 320 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424026>
4. Иванов В.В., Волон А.Б. Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 336 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=197009>
5. Скобкин, С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для академического бакалавриата / С.С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 218 с.

Автор РПД Рововая Т.А., д-р философ. наук, профессор