

Б1.В.ДВ.7.2 Инновационные методы формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг

Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Инновационные методы формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг» является формирование у студентов теоретических знаний об инновационных методах организации продаж гостиничных и туристских услуг, технологиях их осуществления, а также практических навыков по использованию маркетинговых средств для обеспечения клиентоориентированных продаж.

Учебные задачи дисциплины

В процессе изучения дисциплины решаются следующие учебные задачи:

- изучить технологии продвижения и продаж услуг туризма;
- овладеть основами создания и функционирования системы продаж;
- сформировать комплекс знаний о процессах обслуживания клиентов;
- овладеть практическими навыками использования спектра маркетинговых средств для обеспечения эффективных продаж гостиничных и туристских услуг;
- овладеть комплексом знаний и практических навыков по использованию современных и эффективных технологий продаж гостиничных и туристских услуг.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Инновационные методы формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг», относится к вариативной части учебного плана. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Организация и технология гостиничного дела» (Б1.В.ДВ.4.1), «Документационный оборот в туристской организации» (Б1.В.ДВ.8.2), «Методы исследования рынка в сфере гостеприимства» (Б1.В.ДВ.10.1).

Для успешного освоения дисциплины «Инновационные методы формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг», студент должен:

1. Знать способы анализа взаимосвязей между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5).
2. Уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие предприятия (ПК-12).
3. Владеть способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-9).

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие профессиональные компетенции:

ОПК-7 – способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

В результате освоения компетенции **ОПК-7** студент должен:

Знать:

- основные теоретические положения анализа и количественного моделирования систем

управления основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля;

– принципы организации операционной деятельности, основные методы и инструменты управления операционной деятельностью гостиничного предприятия.

Уметь:

– использовать пакеты прикладных программ для проведения анализа и количественного моделирования систем управления;

– ставить и решать задачи операционного маркетинга;

– использовать программное обеспечение при решении задач анализ и моделирования управленческих задач.

Владеть:

– навыками анализа и количественного моделирования систем управления;

– методами анализа операционной деятельности;

– методами и программными средствами обработки деловой информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы.

Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины |
|--------|--|
| Тема 1 | Основные технологии и общие закономерности системы продаж гостиничных и туристских услуг |
| Тема 2 | Процесс принятия потребителем решения о приобретении гостиничных и туристских услуг |
| Тема 3 | Управление возражениями клиента |
| Тема 4 | Применение ATL при осуществлении продаж гостиничных и туристских услуг |
| Тема 5 | Использование BTL для эффективных продаж гостиничных и туристских услуг |
| Тема 6 | Политика формирования цен на гостиничные и туристские услуги |
| Тема 7 | Профессиональная презентация гостиничных и туристских услуг |
| Тема 8 | Современные технологии и средства, обеспечивающие увеличение продаж гостиничных и туристских услуг |

Формы контроля: зачет.