

Б1.В.ДВ.04.02.01 Методы формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг

Цель дисциплины

Целью учебной дисциплины «Методы формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг» является подготовка студентов к практическому использованию маркетингового инструментария, обеспечивающего эффективное продвижение и успешные продажи услуг туризма.

Учебные задачи дисциплины

В процессе изучения дисциплины решаются следующие учебные задачи:

- изучить методы формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг;
- сформировать комплекс знаний и практических навыков по формированию спроса и продвижению гостиничных и туристских услуг;
- овладеть комплексом знаний и практических навыков по использованию современных и эффективных приемов, обеспечивающих формирование спроса, продвижения и продажи гостиничных и туристских услуг.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Методы формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг», относится к вариативной части учебного плана. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Деловые коммуникации» (Б1.Б.06), «Маркетинг» (Б1.В.02), «Корпоративная социальная ответственность» (Б1.Б.11.04).

Для успешного освоения дисциплины «Тренинг эффективных продаж в сфере услуг», студент должен:

1. Знать способы осуществления делового общения и публичных выступлений, ведения переговоров, совещаний, деловой переписки и поддержки электронных коммуникаций (ОПК-4).
2. Уметь находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2).
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).

Изучение дисциплины «Методы формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг» необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: «Тренинг эффективных продаж в сфере услуг» (Б1.В.ДВ.03.01.04), «Проектирование туристического продукта» (Б1.В.ДВ.03.01.03).

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие профессиональные компетенции:

ПК-9 – 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.

В результате освоения компетенции **ПК-9** студент должен:

Знать:

– функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления.

Уметь:

– разрабатывать социальнозначимые проекты и проводить их оценку; оценивать значимость принимаемых социальных решений;

–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

Владеть:

– методами социального анализа проектов и личностных отношений;

– способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование гостиничного/туристского предприятия и органов государственного и муниципального управления.

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины
Тема 1	Маркетинговые инструменты формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг
Тема 2	Интернет как площадка для формирования спроса и продвижения гостиничных и туристских услуг
Тема 3	Social Media Marketing как продвижение и канал продаж
Тема 4	PR нацеленный на эффективное продвижение гостиничных и туристских услуг
Тема 5	Личные продажи гостиничных и туристских услуг
Тема 6	Телефонные продажи гостиничных и туристских услуг
Тема 7	Управление возражениями потребителя гостиничных и туристских услуг

Формы контроля: зачет.