

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.05.2023 16:04:08  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d871083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт гостиничного бизнеса и туризма**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

**43.03.03 «Гостиничное дело»**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Международный гостиничный бизнес**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» является формирование у студентов комплекса знаний по методике и технологиям продвижения, применяемых предприятиями международной сферы гостеприимства, а также подготовка к практической деятельности по организации продаж гостиничных услуг с использованием знаний, полученных при изучении методов и технологических процессов, применяемых предприятиями индустрии гостеприимства при продвижении и реализации услуг.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг международной сферы гостеприимства, изучение рынка, потребителей, конкурентов; ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций международной сферы гостеприимства, в том числе с помощью онлайн технологий; ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций международной сферы гостеприимства, в том числе в сети Интернет
ПКР-2	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПКР-2.1. Проводит анализ системы ценообразования и тарифной политики организаций международной сферы гостеприимства ПКР-2.2. Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций международной сферы гостеприимства, их структурных подразделений ПКР-2.3. Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий международной сферы гостеприимства ПКР-2.4. Проводит выбор систем автоматизации предприятий международной сферы гостеприимства, анализирует основные показатели деятельности предприятия
ПКР-3	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПКР-3.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций международной сферы гостеприимства ПКР-3.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства в среде интернет

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		ПКР-3.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» относится к вариативной компоненте обязательной части дисциплин блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-4	Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> <li>Маркетинг организаций профессиональной сферы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предпринимательство в профессиональной сфере</li> <li>Преддипломная практика</li> <li>Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>
ПКР-2	Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> <li>Маркетинг организаций профессиональной сферы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предпринимательство в профессиональной сфере</li> <li>Организация работы служб гостиничного комплекса</li> <li>Преддипломная практика</li> <li>Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>
ПКР-3	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<ul style="list-style-type: none"> <li>Информационно-коммуникативные технологии профессиональной сферы</li> <li>Программное обеспечение автоматизация</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Международные гостиничные сети: управление брендом</li> <li>Преддипломная практика</li> <li>Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		профессиональной сфере • Маркетинг организаций профессиональной сферы	

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства» составляет 4 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для ОЧНОЙ формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
		6
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	<b>52</b>	<b>52</b>
в том числе:		
Лекции (ЛК)	26	26
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	26	26
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	29	29
<i>Контроль (экзамен), ак.ч.</i>	27	27
<b>Курсовая работа</b>	36	36
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	144
	зач.ед.	4

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для ОЧНО-ЗАОЧНОЙ формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
		8
<b>Контактная работа, ак.ч.</b>	<b>48</b>	<b>48</b>
в том числе:		
Лекции (ЛК)	17	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	24
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	24	24
<i>Контроль (экзамен), ак.ч.</i>	36	36
<b>Курсовая работа</b>	36	36
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	144
	зач.ед.	4

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для ЗАОЧНОЙ формы обучения\*

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр	Семестр
			<b>8</b>	<b>9</b>
<b>Контактная работа, ак.ч.</b>		<b>20</b>	<b>20</b>	<b>-</b>
в том числе:				
Лекции (ЛК)		12	12	-
Лабораторные работы (ЛР)		-	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)		8	8	-
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.		79	52	27
Контроль (экзамен), ак.ч.		9	-	9
<b>Курсовая работа</b>		<b>36</b>	<b>36</b>	<b>-</b>
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	108	72	36
	зач.ед.	3	3	1

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Введение в курс. Роль продвижения в организации продаж и экономической деятельности предприятия сферы гостеприимства на глобальном рынке	Тема 1.1. Значение продвижения и сущность продаж. Методы продвижения. Классификация видов продаж. Основы управления продажами. Отдел продаж, маркетинга, рекламы. Структура и функции. Должностные обязанности сотрудников. Глобальная торговая политика и позиционирование в продвижении товаров и услуг.	ЛК, ПЗ
Раздел 2. Управление каналами продвижения и продаж в деятельности гостиничного предприятия	Тема 2.1. Сущность и функции каналов распределения товаров и услуг. Виды и уровни каналов продаж предприятия сферы гостеприимства. Роль агента в управлении продвижением гостиничных услуг. Корпоративный канал и продвижение услуг средства размещения.	ЛК, ПЗ
Раздел 3. Комплекс маркетинговых коммуникации в продвижении товаров и услуг предприятия в индустрии гостеприимства	Тема 3.1. Составляющие комплекса маркетинговых коммуникаций. Использование ATL и BTL- коммуникаций в продвижении продукта сферы услуг. Выбор средств распространения рекламы, PR, наружная реклама, событийный маркетинг и CRM.	ЛК, ПЗ
Раздел 4. Цифровизация в организации продаж на глобальном рынке. Электронные сервисы продвижения основных и дополнительных гостиничных услуг.	Тема 4.1. Электронные каналы продвижения и продаж: возможности и преимущества. Управление сайтом, SEO-продвижение, контекстная реклама, SMM-маркетинг, таргетинг, управление трафиком. Формирование «воронки продаж». Конверсия продаж. Инструменты цифровой аналитики. Экономика лайков.	ЛК, ПЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 5. Техника прямых продаж гостиничных услуг. Цикл продаж	Тема 5.1. Техника и технология прямых продаж. Этапы продаж. Подготовка коммерческого предложения. Установление контакта и определение потребностей. Аргументация и презентация услуг. Работа с возражениями гостей. Апсейл. Технология ведения переговоров с клиентом, управление поведением клиента. Работа с конфликтными ситуациями. Имидж и эффективное поведение продавца услуг.	ЛК, ПЗ
Раздел 6. Специфика организации продвижения услуг средства размещения в международной сфере гостеприимства	Тема 6.1. Организация продвижения на предприятиях сферы гостеприимства. Международные каналы продаж, методы и инструменты эффективной продажи основных и дополнительных услуг на глобальном рынке. Программные продукты для управления продажами в гостинице	ЛК, ПЗ
Раздел 7. Нормативное и документационное обеспечение продаж в гостиничном бизнесе	Тема 7.1. Права и обязанности сторон при осуществлении продаж услуг гостиничного предприятия. Обзор нормативно правовых документов, регламентирующих продажи. Двухсторонние соглашения. Оформление первичных финансовых документов.	ЛК, ПЗ
Раздел 8. Эффективность продвижения и продаж. Анализ основных гостиничных показателей	Тема 8.1. Экономическая оценка эффективности продаж. Структура, динамика продаж и рентабельность продаж. Расчет прибыли. Методы повышения эффективности продаж. Основные гостиничные показатели: Occupancy, ADRR, RevPAR, RevPAC.	ЛК, ПЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; ПЗ – практические занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий	Гарант

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Нормативные правовые акты:*

1. Федеральный закон РФ «Закон об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ (в последней редакции) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/)
2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 "О защите прав потребителей" с изменениями, внесенными Федеральным законом от 29.07.2018 № 250-ФЗ <http://logos-pravo.ru/zakon-rf-o-zashchite-prav-potrebiteley-s-kommentariyami>

*Основная литература:*

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0.
2. 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 // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492677>

*Дополнительная литература:*

3. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин ; ред. П. Суворовой. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с. - ISBN 978-5-9614-1055-

6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721> (17.09.2018).

4. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 1071 с.: табл., граф., ил, схемы - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01263-6; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>

5. Норка, Д.И. Экспертные продажи: новые методы убеждения покупателей / Д.И. Норка; ред. А. Петров. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 334 с. - ISBN 978-5-9614-6616-4; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495618>

6. Олейник, К. Всё об управлении продажами / К. Олейник, С. Иванова, Д. Болдогоев; ред. Ю. Быстровой. - 3-е изд. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 331 с.: ил., табл. - ISBN 978-5-9614-4658-6; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279847>

7. Птуха, К. Эмоциональные продажи: как увеличить продажи втрое / К. Птуха, В. Гусарова. - 2-е изд. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 187 с.: ил., табл. - ISBN 978-5-9614-4344-8; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279045>

8. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; Финансовый университет при Правительстве РФ ; под ред. Л.П. Дашкова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>

9. Смолина, В.А. SMM С НУЛЯ: секреты продвижения в социальных сетях / В.А. Смолина. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. – 353 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564678> – ISBN 978-5-9729-0259-0. – Текст: электронный

10. Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. - Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0217-0; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

#### *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

- <http://www.tourlib.net> Все о туризме: туристическая библиотека.

- <https://классификация-туризм.рф/> - Федеральный перечень туристских объектов

- <http://www.consultant.ru/> - Портал правовой поддержки



- <http://www.infostat.ru/> Информационно-издательский центр «Статистика России».

- <http://profi.travel.ru/press/> Туризм и путешествия. Профессиональная пресса

- <https://hotelier.pro/> Журнал для отельеров. Новости гостиничного бизнеса.

- <http://www.hotelexecutive.ru/> Медиаресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства».

2. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины.

3. Методические рекомендации по обеспечению доступности освоения программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Бизнес-планирование в профессиональной сфере» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН (положения/порядка).

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Ст. преподаватель**

\_\_\_\_\_  
Должность, БУП



\_\_\_\_\_  
Подпись

**Т.В. Егорова**

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.

\_\_\_\_\_  
Должность, БУП

\_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.

\_\_\_\_\_  
Должность, БУП

\_\_\_\_\_  
Подпись

\_\_\_\_\_  
Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

**Зам. директора по УМР**

Наименование БУП

  
Подпись

**Л.В. Куклина**

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Доцент кафедры туризма и  
гостиничного дела**

Должность, БУП

  
Подпись

**Т.Ю. Крамарова**

Фамилия И.О.