

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

| <b>Код модуля</b> | <b>Модуль</b>                            |
|-------------------|--|
| 1161022           | Технологии продвижения гостиничных услуг |

Екатеринбург

| <b>Перечень сведений о рабочей программе модуля</b>                      | <b>Учетные данные</b>                                     |
|--|---|
| <b>Образовательная программа</b><br>1. Управление в сфере гостеприимства | <b>Код ОП</b><br>1. 43.04.03/33.01                        |
| <b>Направление подготовки</b><br>1. Гостиничное дело                     | <b>Код направления и уровня подготовки</b><br>1. 43.04.03 |

Программа модуля составлена авторами:

| <b>№ п/п</b> | <b>Фамилия Имя Отчество</b>          | <b>Ученая степень, ученое звание</b>             | <b>Должность</b> | <b>Подразделение</b>                            |
|--------------|--------------------------------------|--|------------------|---|
| 1            | Калюжная<br>Екатерина<br>Геннадьевна | кандидат педагогических наук, без ученого звания | Доцент           | управления в сфере физической культуры и спорта |
| 2            | Киуру Константин<br>Валерьевич       | доктор филологических наук, профессор            | Профессор        | управления в сфере физической культуры и спорта |

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Технологии продвижения гостиничных услуг

## 1.1. Аннотация содержания модуля

Цель изучения модуля «Технологии продвижения гостиничных услуг» является освоение теоретических знаний о технологиях формирования и продвижения гостиничного продукта с последующим применением в профессиональной сфере практических навыков по формированию гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей, и использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах гостиничных услуг.

## 1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

| № п/п            | Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения | Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах |
|------------------|--|---|
| 1                | Технологии продвижения гостиничных услуг                   | 3   |
| ИТОГО по модулю: |  | 3   |

## 1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

|                                    |                  |
|------------------------------------|------------------|
| Пререквизиты модуля                | Не предусмотрены |
| Постреквизиты и кореквизиты модуля | Не предусмотрены |

## 1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

| Перечень дисциплин модуля                | Код и наименование компетенции  | Планируемые результаты обучения (индикаторы)   |
|--|---|--|
| 1  | 2   | 3  |
| Технологии продвижения гостиничных услуг | ПК-5 - Способен разрабатывать технологии и комплексы мероприятий по продвижению гостиничных услуг | З-2 - Описывает механизмы управления маркетинговой активностью в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»<br>У-2 - Определяет оптимальные методы презентации и продвижения гостиничных услуг в соответствии с запланированной целью и особенностями целевой аудитории<br>П-2 - Разрабатывает рекомендации по продвижению гостиничного продукта в |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | соответствии с изменением конъюнктуры рынка |
|--|--|---|

### **1.5. Форма обучения**

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Технологии продвижения гостиничных**  
**услуг**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

| <b>№ п/п</b> | <b>Фамилия Имя Отчество</b>       | <b>Ученая степень,<br/>ученое звание</b>                  | <b>Должность</b> | <b>Подразделение</b>                                  |
|--------------|-----------------------------------|---|------------------|---|
| 1            | Калюжная Екатерина<br>Геннадьевна | кандидат<br>педагогических<br>наук, без ученого<br>звания | Доцент           | управления в<br>сфере физической<br>культуры и спорта |
| 2            | Киуру Константин<br>Валерьевич    | доктор<br>филологических<br>наук, профессор               | Профессор        | управления в<br>сфере физической<br>культуры и спорта |

**Рекомендовано учебно-методическим советом института Физической культуры, спорта и молодежной политики**

Протокол № 5 от 18.04.2022 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Калужная Екатерина Геннадьевна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта
- Киуру Константин Валерьевич, Профессор, управления в сфере физической культуры и спорта

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

| Код раздела, темы | Раздел, тема дисциплины*   | Содержание  |
|-------------------|--|---|
| 1                 | Рынок гостиничных услуг и его компоненты                           | Факторы, оказывающие влияние на состояние и развитие индустрии гостеприимства. Особенности современного гостиничного бизнеса. Показатели эффективного функционирования гостиницы. Маркетинговый подход управлению гостиничным предприятием. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Комплекс / инструменты маркетинга «4P», его составляющие. Суть многоуровневой интегральной модели для анализа товара/ гостиничной услуги. Этапы жизненного цикла гостиничного продукта. Внутренний и внешний маркетинг гостиничного предприятия. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Оценка эффективности сегментации. Понятие и переменные сегментации рынка гостиничных услуг. Методы сегментации. Оценка эффективности сегментации. Ключевые факторы успеха. |
| 2                 | Гостиничный продукт, особенности формирования, продвижения, продаж | Понятие и характеристики гостиничного продукта. Номенклатура гостиничных услуг и методы её формирования. Влияние особенностей гостиничного продукта на планировку гостиниц. Влияние особенностей гостиничного продукта на обслуживание клиентов. Культура обслуживания. Неосвязаемость. Разнообразные факты материального характера. Неотделимость от источника и объекта услуги.   |

|          |   |  |
|----------|---|--|
|          |   | <p>Понятие «неосязаемое», «неосязаемость услуг», «неотделимость услуг», «непостоянство качества», «осязаемые элементы», «принцип неотделимости», «скоропортящийся характер услуг». Непостоянство качества. Несохраняемость.</p> <p>Взаимодействие клиентов с системой предоставления услуг. Стадии вовлечения клиентов. Понятие «потребление». Стадия оценки. Взаимодействие клиентов между собой. Участие потребителей в системе обслуживания. Проблема стандартизации и адаптации. Понятие «адаптация». Примеры эффективности стандартизации в гостиничной индустрии. Стандартизированные продукты.</p>  |
| <p>3</p> | <p>Особенности продвижения и продаж гостиничного продукта</p>                   | <p>Поведение потребителей. Потребители гостиничного продукта и особенности их поведения. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом. Методы изучения и анализа предпочтений потребителей. Позиционирование как инструмент влияния на сознание потребителей.</p> <p>Конкуренция и конкурентоспособность. Виды, формы и методы конкуренции. Конкурентные силы и конкурентные преимущества. Показатели и методы оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. Анализ конкурентов.</p> <p>Ценовая политика. Понятие ценовой политики и её специфика в сфере гостиничной индустрии. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики. Системы скидок и надбавок. Влияние денежных доходов на поведение потребителей.</p> <p>Сбытовая политика. Сущность и основные элементы сбыта. Виды сбыта. Организация службы сбыта гостиницы. Персонал службы сбыта.</p> <p>Организация процесса продаж. Управление продажами в гостиничном предприятии. Стратегии увеличения продаж. Фактическая и потребительская ценность гостиничного продукта. Формирование уникального торгового предложения.</p> <p>Политика продвижения. Характеристика инструментов продвижения и их элементы. Технологии ATL и BTL продвижения услуг. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК). Формирование лояльности потребителей.</p> |
| <p>4</p> | <p>Аудит и технологии управления продажами и продвижением гостиничных услуг</p> | <p>Инструменты повышения эффективности и оптимизация системы продаж и продвижения гостиничных услуг. Ревизия системы конкурентного анализа, источники и инструменты конкурентной разведки. Мониторинг основных показателей по клиентам (потенциал, доля кошелька, пожизненная ценность, прибыльность и лояльность). Анализ структуры клиентской базы. Анализ основных показателей эффективности продаж: результативность, рентабельность, динамика, сезонность, стабильность, этапность. Инструменты поиска новых возможностей для увеличения продаж.</p>  |

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Технологии продвижения гостиничных услуг

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Котлер, Ф., Ф.; Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713> (Электронное издание)
2. Морган, Н., Н.; Реклама в туризме и отдыхе : учебное пособие.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Попов, Е. В.; Институты миниэкономики; Экономика, Екатеринбург; 2005 (1 экз.)
2. Попов, Е. В.; Теория маркетинга; ИПК УГТУ, Екатеринбург; 2000 (2 экз.)
3. Иванова, С. В., Светлана В.; Продажи на 100%. Эффективные техники продвижения товаров и услуг; Альпина Бизнес Букс, Москва; 2007 (1 экз.)
4. Шуст, А.; Текст, который продает товар, услугу или бренд; АСТ, Москва; 2018 (1 экз.)
5. Колотилов, Е. А.; Не давайте скидок! Современные техники продаж; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2014 (1 экз.)
6. Виноградова, Т. В., Загорин, Н. Д., Тубелис, Р. Ю.; Технология продаж услуг туристской индустрии : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Туризм".; Академия, Москва; 2010 (1 экз.)
7. Скобкин, С. С.; Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : [Учеб.-практ. пособие].; Юристъ, Москва; 2001 (2 экз.)

#### Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система (ЭБС): [сайт]. – Москва, 2001-2022 – URL: <http://www.biblioclub.ru/> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Университетская информационная система РОССИЯ : [сайт]. – Москва, 2022 – URL: <https://www.uisrussia.msu.ru/> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека (НЭБ) : [сайт]. – Москва, 2000-2022 – URL: <https://elibrary.ru> – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: <http://window.edu.ru/>

### Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Международный пресс-клуб [сайт].– URL: <https://pr-club.com/>

Cossa.ru – информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде[сайт].– URL: <https://www.cossa.ru/>

Фронтдеск.ру: - сообщество профессионалов гостиничного бизнеса: URL: <https://www.frontdesk.ru/>

HOTELIER.PRO - журнал для отельеров, владельцев гостиниц, топ-менеджеров гостиничного бизнеса: URL: <https://hotelier.pro/>

Гостиничное дело. Теория и практика гостеприимства: URL: <https://dw6.ru/>

HotelierNews.ru - новости отелей, всё о гостеприимстве: URL: <https://hoteliernews.ru>

HoReCa - интернет-портал индустрии гостеприимства и питания охватывает все темы в сегменте HoReCa: URL:<http://www.horeca-magazine.ru/>

## **3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Технологии продвижения гостиничных услуг**

#### **Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением**

Таблица 3.1

| <b>№ п/п</b> | <b>Виды занятий</b> | <b>Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>  | <b>Перечень лицензионного программного обеспечения</b>   |
|--------------|---------------------|---|--|
| 1            | Лекции              | <p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с</p> | <p>Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG<br/>SubsVL MVL PerUsr Faculty EES</p> <p>Браузер Mozilla FireFox, Google Chrome</p> |

|   |                                  |   |   |
|---|----------------------------------|---|---|
|   |                                  | санитарными правилами и нормами<br>Подключение к сети Интернет  |   |
| 2 | Практические занятия             | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов<br>Рабочее место преподавателя<br>Доска аудиторная<br>Периферийное устройство<br>Персональные компьютеры по количеству обучающихся<br>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами<br>Подключение к сети Интернет | Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr Faculty EES<br>Браузер Mozilla FireFox, Google Chrome |
| 3 | Самостоятельная работа студентов | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов<br>Персональные компьютеры по количеству обучающихся<br>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами<br>Подключение к сети Интернет   | Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr Faculty EES<br>Браузер Mozilla FireFox, Google Chrome |
| 4 | Консультации                     | Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов<br>Рабочее место преподавателя<br>Доска аудиторная<br>Периферийное устройство<br>Персональные компьютеры по количеству обучающихся  | Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr Faculty EES<br>Браузер Mozilla FireFox, Google Chrome |

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
|   |   | <p>Оборудование,<br/>соответствующее требованиям<br/>организации учебного<br/>процесса в соответствии с<br/>санитарными правилами и<br/>нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>   |  |
| 5 | Текущий контроль и промежуточная аттестация | <p>Мебель аудиторная с<br/>количеством рабочих мест в<br/>соответствии с количеством<br/>студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Персональные компьютеры по<br/>количеству обучающихся</p> <p>Оборудование,<br/>соответствующее требованиям<br/>организации учебного<br/>процесса в соответствии с<br/>санитарными правилами и<br/>нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p> | <p>Office 365 EDUA1 ShrdSvr ALNG<br/>SubsVL MVL PerUsr Faculty EES</p> <p>Браузер Mozilla FireFox, Google<br/>Chrome</p> |