

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Управление продажами в туризме и гостиничном бизнесе

Наименование ОПОП ВО

43.03.02 Туризм. Международный туристский и гостиничный бизнес

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Управление продажами в туризме и гостиничном бизнесе» является формирование комплексных теоретических знаний и практических навыков, необходимых для эффективного процесса продажи турпродукта, основанного на оценке потребительского рынка, конкурентной среды, качественных характеристик, с применением коммуникативных и информационных технологий.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать системные знания об основах продаж в туристском и гостинично-ресторанном бизнесе;
- сформировать умения оценки потребителей, конкурентной среды и туристского продукта;
- сформировать умения использовать современные технологии продаж в индустрии туризма и гостинично-ресторанного бизнеса;
- сформировать навыки владения современными технологиями продаж турпродукта и определения их эффективности.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ПКВ-2 : Способен применять современные технологии при реализации туристского продукта	ПКВ-2.2к : Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	РД1	Умение	выявлять потребности потребителя, работать в "контактной зоне"
			РД3	Знание	технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии
			РД5	Навык	оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

1) Сущность и содержание туристского и гостинично-ресторанного маркетинга. Современная концепция маркетинга.

2) Комплексные исследования рынка услуг. Конкурентоспособность и пути ее повышения. Анализ потребителей услуг предприятий туризма и гостинично-ресторанного бизнеса.

3) Сущность товара в маркетинге. Цена как инструмент маркетинга. Товародвижение, сбыт и сервис в маркетинговой деятельности.

4) Маркетинговые коммуникации на предприятиях туризма и гостинично-ресторанного сервиса. Маркетинговое планирование на предприятии. Организация маркетинговой деятельности в предприятии.

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
43.03.02 Туризм	ОФО	Б1.В	6	5	55	18	36	0	1	0	125	Э

Составители(ль)

*Петрова Г.А., доцент, Кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса,
Galina.Nikiforova@vvsu.ru*