

**Аннотация к рабочей программе дисциплины  
«Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и  
доходами в гостинице)»**

Учебный курс «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» предназначен для студентов направления подготовки 43.04.02 Туризм, магистерская программа «International Tourism & Hospitality (Международный туризм и гостеприимство)» (на английском языке).

Дисциплина «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины (модули) по выбору».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов в том числе 18 часов с использованием активных форм обучения), самостоятельная работа студентов (90 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 1 курсе во 2 семестре.

Дисциплина «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Коммуникационные навыки в туризме и гостеприимстве», «Экономика и управление: адаптационный курс» и позволяет подготовить студентов к освоению таких дисциплин, как «Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства», «Туризм впечатлений», подготовить к прохождению учебной и производственных практик.

Содержание дисциплины состоит из пяти разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Понимание индустрии гостеприимства: определение основных секторов индустрии гостеприимства, взаимодействие и взаимозависимость:

путешествий, проживания, ресторанов, клубов,; казин, ключевые понятия: имиджевый маркетинг; бренд-продуктовая ассоциация; потребительские ожидания; бренд внутри бренда.

2. Сегментация рынка и индустрии гостеприимства: ключевые понятия: продажа продукции и услуг; потребительский рынок; продажа имиджа фирмы; рынок инвесторов; маркетинг для общей аудитории; имиджевая и информационно-разъяснительная реклама; годовой отчет как маркетинговый инструмент; франчайзинговый маркетинг; города назначения—уникальные достопримечательности для себя, которые создают спрос на путешествия (Лас-Вегас, Акапулько); рынки назначения—создают спрос на путешествия с уникальными достопримечательностями и центрами бизнеса и торговли.

3. Позиционирование в соответствии с потребительскими предпочтениями: встреча, конференция, или участники конвенции; путешественники с неограниченными счетами расходов; цена сознательных бизнес-путешественников.

4. Каналы распределения, потребителей и маркетинг в перспективе: применение ключевых маркетинговых методик: продажи, организация продаж усилия, личные продажи, продажи по телефону.

5. применение ключевых маркетинговых методик обслуживания клиентов: десять шаг поддержки-служба процесса; применение ключевых маркетинговых методик: рекламная деятельность.

**Цель** изучения дисциплины – формирование понимания студентами маркетинговых концепций, принципов управления доходами, проблем продаж гостиничной продукции, а также практик операционного менеджмента.

**Задачи:**

- Продемонстрировать критическую осведомленность о продажах и управлении доходами отелей и их преимуществах для организации;

- Обсудить стратегические рычаги управления продажами и доходами отелей, а также то, как ими можно манипулировать для увеличения доходов;
- Оценить и описать управление доходами отеля с точки зрения его составных частей и критических соображений;
- Предложить способы увеличения продаж и внедрения систем управления доходами в подразделениях и других совместных отделах или отраслях, например, ресторанах, спа, гольф-клубах и т.д.

Для успешного изучения дисциплины «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность к логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;
- умение собирать, анализировать, систематизировать, оценивать и интерпретировать данные, необходимые для выполнения профессиональных задач.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК – 8 способность формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков предприятия туристской индустрии	Знает	основные секторы индустрии гостеприимства
	Умеет	Определять причины роста брендов в индустрии гостеприимства
	Владеет	Определить различных аудиторий, которые маркетинг должен решать, и объяснить, как маркетинговые мероприятия в индустрии гостеприимства удовлетворяют потребности различных типов покупателей

ПК-9 способность оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне)	Знает	как города могут помочь сосредоточить маркетинговые усилия компании.
	Умеет	Описать значение географической сегментации для маркетинга в индустрии гостеприимства.
	Владеет	Рекомендации по рекламе и шестиэтапный рекламный процесс, который поможет вам разработать успешную рекламную кампанию Знаниями, полученными в результате сегментации выгод и потребностей, могут привести маркетологов гостиничного бизнеса и менеджеров по операциям к тесным рабочим отношениям.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция, презентация кейс-стади, лекция-дискуссия.