

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Технологии разработки и продвижения гостиничного продукта»

Учебный курс «Технологии разработки и продвижения гостиничного продукта» предназначен для студентов по направлению подготовки 43.04.03 «Гостиничное дело».

Дисциплина «Технологии разработки и продвижения гостиничного продукта» включена в состав вариативной части как дисциплина по выбору студента.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов, в том числе МАО – 18 часов), самостоятельная работа (108 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Технологии разработки и продвижения гостиничного продукта» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Рынок гостиничных услуг стран АТР», «Управление гостевым сервисом», «Стандарты гостиничного сервиса» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Стратегический маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства», «Управление рисками в гостиничном бизнесе», «Оптимизация бизнес-процессов в индустрии гостеприимства».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: влияние ценовой политики на уровень продаж гостиничного продукта; лояльность клиентов и программы ее повышения; сегментный анализ гостиничного рынка и организация позиционирования продукта отеля.

Цель – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений в области технологий разработки и продвижения гостиничного продукта и навыков практической деятельности посредством применения

методов формирования гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей.

Задачи:

– формирование у студентов навыков разработки и внедрения инновации в деятельность гостиниц и других средств размещения, новых форм обслуживания потребителей;

– формирование у студентов навыков разработки и внедрения новых форм обслуживания потребителей;

– обеспечение студентов необходимыми навыками исследования и оценки эффективности инноваций в гостиничной индустрии;

– обеспечение студентов необходимыми навыками формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей.

Для успешного изучения дисциплины «Технологии разработки и продвижения гостиничного продукта», у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– способность к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;

– готовность интегрироваться в научное, образовательное, экономическое, политическое и культурное пространство России и АТР;

– способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

– способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

– способность к логическому мышлению, анализу, систематизации, обобщению, критическому осмыслению информации, постановке исследовательских задач и выбору путей их решения;

– способность осуществлять сбор, анализ, систематизацию, оценку и интерпретацию данных, необходимых для решения профессиональных задач.

–

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные и общепрофессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ОПК-3 – способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в деятельность организаций сферы гостеприимства и общественного питания потребителей;	ОПК-3.1	- владеть навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства;
	ОПК-3.2	- владеть навыками организации сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды гостиничного комплекса, необходимой для принятия стратегических и оперативных управленческих решений;
	ОПК-3.3	- владеть навыками руководства по подготовки предложений по формированию и совершенствованию гостиничного продукта в соответствии с изменением конъюнктуры;
ПК-7 – владеет методиками анализа основных факторов, определяющих необходимость изменений в стратегии и тактики гостиничного комплекса;	ПК-7.1	- владеть методиками стратегического и ситуационного анализа и оценки результатов деятельности гостиничного комплекса;
	ПК-7.2	- применять техники количественной оценки, анализа и презентации информации о гостиничном продукте;
	ПК-7.3	- владеть навыками создания и ведения баз данных по различным показателям деятельности гостиничного комплекса;
ПК-2 – способен формировать системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов гостиничного комплекса	ПК-2.1	- владеть навыками выявления проблемы развития гостиничного комплекса;
	ПК-2.2	- применять технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства;
	ПК-2.3	- владеть навыками статистического моделирования и прогнозирования результатов деятельности гостиничного предприятия

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Технологии разработки и продвижения гостиничного продукта» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: case-study– метод конкретных ситуаций, круглый стол с обсуждением конкретных ситуаций, деловая игра, дискуссии, практика с постановкой проблемных вопросов.