

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».

Дисциплина «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» включена в состав дисциплины по выбору.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены практические занятия (36 часов, в том числе с использованием МАО 36 часов), самостоятельная работа (36 часов). Дисциплина реализуется на 1 курсе в 1 семестре.

Дисциплина «Hotel Sales and Revenue Management (Управление продажами и доходами в гостинице)» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Hospitality and Tourism Industry: the Theory and Practice (Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика)», «Tourism Market of Asian Pasific Countries (Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона)», «Specialized Types of Tourism (Специализированные виды туризма)», «Innovations in Torism and Hospitality (Инновации в туризме и гостеприимстве)» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Development of tourist territories (Развитие туристских территорий)», «Ecological Tourism (Экологический туризм)», «Hospitality and Tourism Planning and Management (Планирование в туризме и гостеприимстве)», «Marketing Management in Tourism and Hospitality (Маркетинговое управление в индустрии туризма и гостеприимства)» подготовить к прохождению производственной практики.

Содержание дисциплины 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 дисциплины – направлена на улучшение понимания студентами маркетинговых концепций, принципов управления доходами, проблем продаж гостиничной продукции, а также практик операционного менеджмента.

Задачи:

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

2. Обсудить стратегические рычаги управления продажами и доходами отелей, а также то, как ими можно манипулировать для увеличения доходов;

3. Оценить и описать управление доходами отеля с точки зрения его составных частей и критических соображений;

4. 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:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК – 5 Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	<p>ОПК-5.1 основные секторы индустрии гостеприимства</p> <p>ОПК-5.2 Определять причины роста брендов в индустрии гостеприимства</p> <p>ОПК-5.3 Определить различных аудиторий, которые маркетинг должен решать, и объяснить, как маркетинговые мероприятия в индустрии гостеприимства удовлетворяют потребности различных типов покупателей</p>
ПК-2 способен формировать кадровую политику туристского предприятия	<p>ПК-2.1 Почему гостиничным компаниям нужны гибкие маркетинговые стратегии. Последствия изменений; быстрое и гибкое реагирование на возникающие проблемы</p> <p>ПК-2.2 Объяснить функцию внутреннего и внешнего анализа при определении потребностей компании, которые могут удовлетворить маркетинг.</p> <p>ПК-2.3 Понятием доходности сегмента применимым к маркетингу гостиничных продуктов и услуг. Определение сегментов рынка, которые в настоящее время не являются целевыми</p> <p>Анализ доходов и прибыли по отдельным сегментам</p>

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.