

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ермакова Виктория Павловна

Должность: Директор школы «Авангардного государственного университета (Школа)», проректор

Дата подписания: 24.03.2026 17:44:15

Уникальный программный ключ:

e54076e55b73117661ddd57c83d3b08d1fdef5de

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Сочинский государственный университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности

(указывается наименование дисциплины по учебному плану)

Шифр и направление подготовки	43.03.03 Гостиничное дело
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр (бакалавр, магистр, и т.п., согласно лицензии)
Профиль подготовки	Деятельность санаторно-курортных и СПА комплексов (наименование программы бакалавриата/магистратуры/специалитета)
Форма обучения	очная (очная, заочная, очно-заочная)
Выпускающая кафедра	Управления и технологий в туризме и рекреации (название)
Кафедра-разработчик рабочей программы	Управления и технологий в туризме и рекреации (название)
Год набора	2023

Семестр	Трудоемкость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
6	144/4	14	14	—	89	+	Экзамен (27)
Итого:	144/4	14	14	—	89	+	Экзамен (27)

Сочи 2023 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины «Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности»

Рабочую программу составил:

Сердюков Дмитрий Анатольевич, ст. преподаватель кафедры управления и технологий в туризме и рекреации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:

Заведующий кафедрой ГиРБ


подпись

Г.Д. Брюханова
Ф.И.О.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ:

Директор НОБ Игорь (Жоржидзе И.В.) Е.В. Онищенко
подпись Ф.И.О.

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и методического обеспечения


подпись

Васильченко В.В.
Ф.И.О.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 2024 - 2025 учебный год, на заседании кафедры от «04» марта 2024 г. без изменений

Заведующий кафедрой



Брюханова Г.Д.

Рабочая программа переутверждена на 2025 - 2026 учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 2025 г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

Рабочая программа переутверждена на 2026 - 2027 учебный год, протокол №__ заседания кафедры от «__» _____ 2026 г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

Заведующий кафедрой

подпись

ФИО

(Указывается в какой раздел программы внесены изменения, основания изменений, а также новая формулировка)

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности» является формирования у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, необходимых для практической деятельности в индустрии гостеприимства на уровне специалиста среднего звена управления.

Целью освоения дисциплины «Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности» является изучение современных интернет-технологий продвижения гостиничного, санаторно-курортного и СПА продукта, применений стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций, формирование оптимальной структуры сбыта гостиничных и санаторно-курортных услуг в условиях цифровой экономики.

Задачи изучения дисциплины

В ходе изучения данной дисциплины решаются основные задачи: изложение содержания курса в ходе лекционных занятий; углубление и конкретизация материала с разбором примеров (кейс-стади метод) и решением практических задач в ходе семинарских занятий; формирование у студентов системы знаний о применяемых методах и стратегиях управления маркетингом на предприятиях гостиничной индустрии и санаторно-курортного комплекса.

При этом обеспечивается достижение следующих результатов образования:

- студент должен на основе изучения современной теории маркетинга сформировать навыки ее практического применения в деятельности гостиничного и санаторно-курортного предприятия;
- развить способности выявления маркетинговых проблем, их структурирования и решения;
- овладеть методологией и методикой разработки и проведения маркетинговых исследований;
- изучить модели поведения потребителей для разработки программы маркетинга по созданию новых сервисов и продвижению гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг для разных категорий потребителей;
- рассмотреть теоретические основы технологий маркетинговых коммуникаций по продвижению гостиничных услуг (PR, продвижение бренда, интернет-продвижение, электронная коммерция и др.);
- изучить приемы применением информационно-коммуникационных технологий (цифровой маркетинг) с учетом основных требований информационной безопасности, использование различных источников информации (в том числе интернет-ресурсов) по объектам гостиничные, санаторно-курортные, СПА услуги;
- изучить технологии электронной коммерции в гостиничном бизнесе и санаторно-курортной деятельности: b2b и b2c;
- овладеть приемами интернет-технологий продвижения гостиничного, санаторно-курортного и СПА продукта;
- диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в работе сайта отеля при онлайн продажах;
- овладение навыками разработки программы маркетинга, определение спроса на гостиничные, санаторно-курортные и СПА услуги с учетом потребностей целевой аудитории отеля;
- планировать и осуществлять контроль реализации проекта внедрения новых услуг, обеспечивать координацию действий, со всеми функциональными подразделениями гостиничного и санаторно-курортного предприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности» относится к обязательной части учебного плана.

Таблица 1

Дисциплины, направленные на формирование компетенций

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
Универсальные компетенции	
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Философия Математика Основы проектной деятельности Информатика Организация гостиничного дела Технологии гостиничной деятельности Управление проектами и бизнес-планирование в санаторно-курортной деятельности Прикладные методы исследований в туристской деятельности
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Курортография Преддипломная практика

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2.

Компетенции и индикаторы их достижения		В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
Универсальные компетенции		
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач.	<i>Знать:</i> основы маркетинговых исследований, методы исследования рынка, потребителей, конкурентов. <i>Уметь:</i> проводить маркетинговые исследования рынка туризма и гостеприимства, осуществлять поиск и сбор информации о рынках, потребителях и конкурентах, в том числе в цифровой среде. <i>Владеть:</i> методами опроса, интервью, исследования рынка, в том числе в цифровой среде, методами организации опросов с использованием инструмента Яндекс.Формы.
	УК-1.2. Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и	<i>Знать:</i> методы и технологии систематизации и анализа данных, в том числе цифровые. <i>Уметь:</i> систематизировать и анализировать и результаты исследований рынка, принимать решения и планировать маркетинговые действия предприятия.

	принятый решений в профессиональной деятельности	<i>Владеть:</i> методами и инструментами цифровой систематизации и аналитики данных, включая использование MS Excel, Яндекс.Таблицы и др.
	УК-1.3. Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятий решений	<i>Знать:</i> современные методики поиска и работы с источниками информации, в том числе в цифровой среде, поисковых системах. <i>Уметь:</i> пользоваться инструментами поиска источников информации, в том числе в сети Интернет, методами обработки полученных данных и принятия решений. <i>Владеть:</i> навыками научного поиска в ЭБС и сети Интернет, формирования электронных баз данных с использованием цифровых инструментов.
Общепрофессиональные компетенции		
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов	<i>Знать:</i> методы мониторинга рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, методы сегментирования рынка потребителей, изучения конкурентов на основе экспертного метода балльно-рейтинговой оценки конкурентов, метод «5 сил конкуренции» <i>Уметь:</i> проводить мониторинг рынка гостиничных и санаторно-курортных услуг, включая потребителей, конкурентов, в том числе в цифровой среде, разрабатывать и реализовывать коммуникационную политику гостиничных и санаторно-курортных предприятий. <i>Владеть:</i> методами и инструментами мониторинга потребительского поведения, оценки конкурентов на рынке сферы гостеприимства и общественного питания, моделирования и реализации маркетинговых решений на основе современных технологий.
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий	<i>Знать:</i> современные технологии продвижения и продаж в гостиничной и санаторно-курортной деятельности, в том числе на основе онлайн технологий. <i>Уметь:</i> планировать и осуществлять продажи гостиничного, санаторно-курортного и СПА-продукта и услуг питания на целевых рынках, в том числе с помощью онлайн технологий, поддерживать работу продающих разделов веб-сайта гостиничного и санаторно-курортного предприятия. <i>Владеть:</i> методами составления портрета целевого потребителя гостиничных, санаторно-курортных и СПА-услуг, онлайн бронирования и продажи гостиничных, санаторно-курортных и СПА-услуг, организации взаимодействия с продающими системами b2b, b2c (инструменты Travelline, Bnovo).

	ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет.	<p><i>Знать:</i> потребности целевых групп потребителей при продвижении услуг сферы гостеприимства и общественного питания в сети интернет.</p> <p><i>Уметь:</i> планировать и осуществлять продвижение гостиничного, санаторно-курортного и СПА-продукта и услуг питания на целевых рынках, в том числе в сети Интернет, оценивать эффективность применяемых методов, инструментов и каналов продвижения.</p> <p><i>Владеть:</i> современными инструментами продвижения услуг сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет и социальных сетях, методами составления медиаплана, контент-плана, подготовки постов на социальных сетях, новостного продающего контента.</p>
--	--	---

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Тематический план дисциплины

Таблица 4.1

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
		Всего часов	Лекции	Практические занятия*	СРС
1	Тема 1. Каналы продаж гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг: b2b, b2c, c2c, g2b.	12	2	2*	8
2.	Тема 2. Веб-сайт отеля как инструмент электронной коммерции	12	2	2*	8
3	Тема 3. Технологии «Воронка продаж».	12	2	2*	8
4.	Тема 4. Таргетинг в поисковых системах и соцсетях.	12	2	2*	8
5.	Тема 5. SMM маркетинг. Визуал-маркетинг.	12	2	2*	8
6	Тема 6. Технологии B2B.	12	2	2*	8
7	Тема 7. Технология омниканальности	9	2	2*	5
8	Курсовая работа	36	-	-	36
9	Экзамен	27	-	-	-
ИТОГО		144	14	14*	89

* практические занятия в форме практической подготовки на базе СПА отеля / санатория

4.1.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Каналы продаж гостиничных, санаторно-	Характеристика каналов продаж: b2b, b2c, c2c, g2b. Особенности организации работы гостиничного и

	курортных и СПА услуг: b2b, b2c, c2c, g2b.	санаторно-курортного предприятия с разными каналами продаж. Особенности каналов продаж санаторно-курортных и СПА услуг.
2	Тема 2. Веб-сайт отеля как инструмент электронной коммерции	Веб-сайт (b2c канал продаж): сущность как канала продаж и продвижения, функции. Диагностика и выявление недостатков в работе сайта отеля при онлайн продажах.
3	Тема 3. Технологии «Воронка продаж».	Технологии воронки продаж. Лидогенерация: понятие холодный лид, теплый лид, горячий лид. Программа лояльности отеля как инструмент маркетинга по стимулированию прямых продаж. Технологии CRM маркетинга, построение взаимоотношений с клиентами (Customer Relationship Management).
4	Тема 4. Таргетинг в поисковых системах и соцсетях.	Механизм геотаргетинга (смс-рассылки). Таргетинг в соцсетях. Особенности таргетинга санаторно-курортных и СПА услуг.
5	Тема 5. SMM маркетинг. Визуал-маркетинг.	Визуал маркетинг. Технологии сторителлинг в видео-маркетинге.
6	Тема 6. Технологии B2B.	Продажи через посредников (ОТА) vs прямые продажи.
7	Тема 7. Технология омниканальности	Объединение онлайн и офлайн каналов, изучение пользовательского опыта покупок.

4.1.2. Практические занятия - проходят в форме практической подготовки на предприятии индустрии туризма и гостеприимства.

№ п/п	Тема дисциплины	Тема занятия и его краткое содержание
1	Тема 1. Каналы продаж гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг: b2b, b2c, c2c, g2b.	<i>Решение ситуационных заданий</i> на примере СПА-отеля или санатория города Сочи. Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС. Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки.
2	Тема 2. Веб-сайт отеля как инструмент электронной коммерции	<i>Решение ситуационных заданий</i> на примере веб-сайта СПА-отеля или санатория города Сочи. Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС. Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки.
3	Тема 3. Технологии «Воронка продаж».	<i>Решение ситуационных заданий</i> на примере системы продаж СПА-отеля или санатория города Сочи. Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС. Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки.
4	Тема 4. Таргетинг в поисковых системах и соцсетях.	<i>Решение ситуационных заданий</i> на примере поисковой выдачи и социальных сетей СПА-отеля или санатория города Сочи. Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС. Практическое занятие по данной теме реализуется в

		форме практической подготовки.
5	Тема 5. SMM маркетинг. Визуал-маркетинг.	<i>Решение ситуационных заданий</i> на примере социальных сетей и видео-канала СПА-отеля или санатория города Сочи. Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС. Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки.
6	Тема 6. Технологии B2B.	<i>Решение ситуационных заданий</i> на примере СПА-отеля или санатория города Сочи. Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС. Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки.
7	Тема 7. Технология омниканальности	<i>Решение ситуационных заданий</i> на примере СПА-отеля или санатория города Сочи. Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС. Практическое занятие по данной теме реализуется в форме практической подготовки.

4.1.3 Лабораторные занятия (учебным планом не предусмотрены)

4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Тема дисциплины	Тема занятия и его краткое содержание
1	Тема 1. Каналы продаж гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг: b2b, b2c, c2c, g2b.	<i>Выполнение конспекта по теме и подготовка ситуационных заданий</i> СПА-отеля или санатория города Сочи. <i>Тестирование</i> Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС.
2	Тема 2. Веб-сайт отеля как инструмент электронной коммерции	<i>Выполнение конспекта по теме и подготовка ситуационных заданий</i> на примере веб-сайта СПА-отеля или санатория города Сочи. <i>Тестирование</i> Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС.
3	Тема 3. Технологии «Воронка продаж».	<i>Выполнение конспекта по теме и подготовка ситуационных заданий</i> на примере системы продаж СПА-отеля или санатория города Сочи. <i>Тестирование</i> Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС.
4	Тема 4. Таргетинг в поисковых системах и соцсетях.	<i>Выполнение конспекта по теме и подготовка ситуационных заданий</i> на примере поисковой выдачи и социальных сетей СПА-отеля или санатория города Сочи. <i>Тестирование</i> Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС.
5	Тема 5. SMM маркетинг. Визуал-маркетинг.	<i>Выполнение конспекта по теме и подготовка ситуационных заданий</i> на примере социальных сетей и видео-канала СПА-отеля или санатория города Сочи. <i>Тестирование</i> Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС.
6	Тема 6. Технологии B2B.	<i>Выполнение конспекта по теме и подготовка ситуационных заданий</i> на примере СПА-отеля или санатория города Сочи. <i>Тестирование</i> Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС.
7	Тема 7. Технология омниканальности	<i>Выполнение конспекта по теме и подготовка ситуационных заданий</i> на примере СПА-отеля или

		санатория города Сочи. <i>Тестирование</i> Разбор Кейс- задач см практикумы в ФОС.
	Курсовая работа	Выполнение курсовой работы

4.1.5 Интерактивные формы занятий (учебным планом не предусмотрены)

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.2.1 Литература

1. Вахед, Э. А. М. Современные технологии в индустрии туризма и гостиничном сервисе : учебник / Абдель Э. А. М. Вахед, В. А. Мендельсон, Л. Н. Абуталипова. — Казань : Издательство КНИТУ, 2021. — 204 с. — ISBN 978-5-7882-3025-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129161.html> (дата обращения: 05.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Гончарова, А. В. Технологии продаж : учебное пособие / А. В. Гончарова, И. Е. Отвагина. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2021. — 140 с. — ISBN 978-5-7014-1030-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126991.html> (дата обращения: 05.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/126991>

3. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 183 с. — ISBN 978-5-394-03566-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90239.html> (дата обращения: 05.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 98 с. — ISBN 978-5-4488-0273-7, 978-5-4486-0904-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83347.html> (дата обращения: 05.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Иванова, С. Продажи на 100%: эффективные техники продвижения товаров и услуг / С. Иванова ; Барановской ред.. — 13-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 278 с. — ISBN 978-5-9614-6729-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86905.html> (дата обращения: 05.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Котлер, Ф. Маркетинг : гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 1071 с. : табл., граф., ил, схемы — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885> (дата обращения: 05.05.2023). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-238-01263-6. — Текст : электронный.

7. Никитина, Л. Л. Психотехнологии продажи товаров : учебное пособие / Л. Л. Никитина, О. Е. Гаврилова. — Казань : Издательство КНИТУ, 2020. — 200 с. — ISBN 978-5-7882-2871-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121034.html> (дата обращения: 05.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Пономарева, Т. Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / Т. Н. Пономарева, М. С. Старикова, Т. А. Дубровина. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им.

В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2019. — 260 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106209.html> (дата обращения: 05.05.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.2.2. Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№	Наименование СПБД
1.	ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. – URL: https://www.sciencedirect.com/ (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: https://link.springer.com/ (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: http://lib.sutr.ru/ (дата обращения: 05.05.2023). – Текст : электронный.
	Наименование ИИС
1.	КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997 – . – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

4.2.3. Нормативные документы

1. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (в актуальной редакции) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/70c0a8cdc34b8e2d7e7ef698488d51acc556dc7e/. - (дата обращения: 05.05.2023).

2. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 г. №38-ФЗ от 22.02.2006 (с изменениями и дополнениями от: 28 апреля 2023 г.). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

3. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Утверждены Постановлением Правительства РФ от 18.11.2020 г. № 1853 (действуют с 01.01.2021) // [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368292/9dd2ba1a1d236d5fe6f33a0d5dc47f3b8625c786/. - (дата обращения: 05.05.2023).

4. Положение о классификации гостиниц. Утверждены Постановлением Правительства РФ от 18.11.2020 г. № 1860 (действуют с 01.01.2021) // [Электронный ресурс] – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368948/.- (дата обращения: 05.05.2023).

5. ГОСТ Р 53423. (ИСО 18513:2019) Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения. // [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200075998#7D20K3>. - (дата обращения: 05.05.2023).

6. ГОСТ Р 70587 2022 Туризм и сопутствующие услуги. Услуги средств размещения «Все включено» и «Ультра все включено» от 29 декабря 2022. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200195271>. - (дата обращения: 05.05.2023).

7. ГОСТ Р 54603-2011 Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу (переиздан сайт 2020).- URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200095096>.- (дата обращения: 05.05.2023).

4.2.4. Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: http://www.iprbookshop.ru/ (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Сервис и туризм : тематическая коллекция / ЭБС Book.ru. – Москва, 2010 – . – URL: https://www.book.ru/cat/578/1 (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
5.	Комплект Сочинского государственного университета / Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс» – Электронная библиотека технического вуза. – Москва : Политехресурс, 2013 – . – URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-138.html (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	Сетевая электронная библиотека классических университетов «Лань» : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, 2009 – . – URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: https://rusneb.ru (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
8.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL https://polpred.com/ (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
9.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: https://elibrary.ru/ (дата обращения: 05.05.2023). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
10.	КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: https://cyberleninka.ru/ (дата обращения: 05.05.2023). – Текст : электронный.

4.3. Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для курсовой работы;
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

Темы курсовых работ по дисциплине «Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности»

1. Современные цифровые технологии продвижения услуг предприятий индустрии гостеприимства (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
2. Стратегия интегрированных коммуникаций отеля/санатория (PR бренда, имиджа, блогеры, соцсети, новые СМИ и др. (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
3. Социальные сети как канал коммуникации отеля/санатория с гостем при продаже летнего сезона (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
4. Технологии SMM в построении эффективной коммуникации отеля/санатория (на примере передового опыта предприятий индустрии гостеприимства).
5. Продвижение отеля/санатория с помощью инструментов цифрового маркетинга (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
6. Система маркетинговых онлайн коммуникаций отеля/санатория (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
7. Прямой маркетинг (direct marketing): особенности и методы для гостиничного/санаторно-курортного предприятия (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
8. Исследование эффективности продаж гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг по каналам ОТА (online travel agency).
9. Технологии интеграции гостиничных предприятий с ОТА при продаже гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг.
10. Методы и показатели оценки эффективности инструментов интернет-маркетинга отеля/санатория (на примере рекламной кампании выбранного предприятия).
11. Методы стимулирования сбыта гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг в эпоху цифрового маркетинга (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи)
12. Поведение потребителя и методы мотивации к покупке гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
13. Воронка продаж и процесс принятия решения о покупке b2c в гостиничном бизнесе/санаторно-курортной деятельности (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
14. Технологии сотрудничества отелей и санаториев с туроператорами и турагентами в условиях цифровой экономики.
15. Программа стимулирования сбыта в сегментах b2b и b2c отеля/санатория (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
16. Методы продвижения услуг отеля/санатория на рынок MICE.
17. Методы и инструменты продвижения услуг отеля/санатория на рынок въездного туризма.
18. Методы и инструменты организации личных продаж отеля/санатория (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
19. Система управления продажами отеля/санатория в цифровом маркетинге (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
20. Эффективные каналы онлайн продаж для гостиниц/санаториев (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
21. Автоматизированные системы управления продажами отеля/санатория.
22. Система электронной коммерции современного отеля/санатория (каналы продаж, SEO, контекстная реклама).

23. Исследование рекламных и сбытовых онлайн площадок для продвижения отеля/санатория.
24. Презентации, воркшоп, выставки, роудшоу – эффективные инструменты продвижения отеля/санатория (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
25. Пресс-тур, ознакомительный тур как формы продвижения отеля/санатория на рынок (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
26. Вебинары, мастер-классы, обучающие конференции как новые формы построения онлайн коммуникаций отеля/санатория (на примере опыта передовых отелей).
27. Товарный знак отеля/санатория как ключ к созданию успешного бренда и росту бизнеса (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
28. Развитие цифровых технологий маркетинга как способ продвижения и сбыта услуг отеля/санатория (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
29. Сегментирование рынка гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг и их позиционирование на целевом рынке (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
30. Исследование конкурентных преимуществ и обоснование стратегии позиционирования отеля/санатория (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
31. Электронная коммерция в сегменте b2b на рынке гостиничных, санаторно-курортных и СПА-услуг.
32. Сайт отеля/санатория как эффективный канал продаж (на примере выбранного вами предприятия и 2-3 основных конкурентов).
33. Методы рекламного продвижения услуг отеля/санатория в сети Интернет и оценка их эффективности (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
34. Исследование коммуникативной политики отеля/санатория и внедрение современных интернет-технологий (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
35. Исследование рынка для разработки, продвижения и продаж нового пакетного предложения отеля/санатория (на примере предприятия для выбранного сегмента рынка).
36. Маркетинговые исследования восприятия бренда отеля/санатория и разработка мероприятий по продвижению на рынок (на примере сетевого отеля г. Сочи).
37. Исследование отношения индивидуальных потребителей к торговой марке в гостиничном бизнесе/санаторно-курортной деятельности (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).
38. Анализ сайта отеля/санатория и разработка рекомендаций по его совершенствованию на основе опыта передовых отелей.
39. Роль ассоциаций гостиничных/санаторно-курортных предприятий в продвижении услуг на отечественном и международном рынках.
40. Современные технологии стимулирования сбыта в деятельности гостиничных/санаторно-курортных предприятий (на примере выбранного вами предприятия г. Сочи).

**Вопросы для подготовки к экзамену по дисциплине
«Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности»**

1. Современные цифровые технологии продвижения услуг предприятий индустрии гостеприимства.
2. Стратегия интегрированных коммуникаций отеля, санатория (PR бренда, имиджа, блогеры, соцсети, новые СМИ и др.
3. Социальные сети как канал коммуникации отеля с гостем при продаже летнего сезона.
4. Технологии SMM в построении эффективной коммуникации отеля, санатория.
5. Продвижение отеля с помощью инструментов цифрового маркетинга.
6. Система маркетинговых онлайн коммуникаций отеля, санатория.
7. Прямой маркетинг (direct marketing): особенности и методы для гостиничного и санаторно-курортного предприятия.

8. Исследование эффективности продаж гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг по каналам ОТА (online travel agency).
9. Технологии интеграции гостиничных предприятий с ОТА при продаже гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг.
10. Методы и показатели оценки эффективности инструментов интернет-маркетинга отеля, санатория.
11. Методы стимулирования сбыта гостиничных услуг в эпоху цифрового маркетинга.
12. Поведение потребителя и методы мотивации к покупке гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг. Программа лояльности.
13. Воронка продаж и процесс принятия решения о покупке b2c в гостиничном и санаторно-курортном бизнесе.
14. Технологии сотрудничества гостиничных и санаторно-курортных предприятий с туроператорами и турагентами в условиях цифровой экономики.
15. Программа стимулирования сбыта в сегментах b2b и b2c гостиничного и санаторно-курортного предприятия.
16. Методы продвижения услуг гостиничного и санаторно-курортного предприятия на рынке МТСЕ.
17. Методы и инструменты продвижения услуг гостиничного и санаторно-курортного предприятия на рынке въездного туризма.
18. Методы и инструменты организации личных продаж отеля, санатория.
19. Система управления продажами отеля в цифровом маркетинге.
20. Эффективные каналы онлайн продаж для гостиниц и санаториев.
21. Автоматизированные системы управления продажами гостиничного и санаторно-курортного предприятия (PMS).
22. Система электронной коммерции современного гостиничного и санаторно-курортного предприятия (каналы продаж, SEO, контекстная реклама).
23. Исследование рекламных и сбытовых онлайн площадок для продвижения гостиниц, санаториев.
24. Презентации, воркшоп, выставки, роудшоу – эффективные инструменты продвижения отеля, санатория.
25. Пресс-тур, ознакомительный тур как формы продвижения отеля, санатория на рынке.
26. Вебинары, мастер-классы, обучающие конференции как новые формы построения онлайн коммуникаций отеля, санатория.
27. Товарный знак отеля, санатория как ключ к созданию успешного бренда и росту бизнеса.
28. Таргетированная реклама как эффективный инструмент коммуникаций малых средств размещения.
29. Стратегия продвижения гостиничных услуг малых отелей в условиях цифровой экономики.
30. Развитие цифровых технологий маркетинга как способ продвижения и сбыта услуг отеля, санатория.
31. Сегментирование рынка гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг и позиционирование отеля на целевом рынке.
32. Исследование конкурентных преимуществ и обоснование стратегии позиционирования гостиничного и санаторно-курортного предприятия на целевом рынке.
33. Электронная коммерция в сегменте b2b на рынке гостеприимства.
34. Сайт гостиничного и санаторно-курортного предприятия как эффективный канал продаж.
35. Методы рекламного продвижения в интернет и оценка их эффективности.
36. Исследование потребностей в новых гостиничных, санаторно-курортных и СПА услугах и разработка мероприятий по продвижению и поддержке продаж нового пакетного предложения.
37. Маркетинговые исследования восприятия бренда отеля, санатория и разработка

- мероприятий по продвижению на рынке.
38. Маркетинговые исследования восприятия торговой марки отеля, санатория и разработка мероприятий по продвижению на рынке.
 39. Исследование влияния бренда на мотивацию покупательского поведения в гостиничной и санаторно-курортной сфере.
 40. Исследование отношения индивидуальных потребителей к торговой марке в гостиничном бизнесе и санаторно-курортной деятельности.
 41. Анализ сайта отеля и разработка рекомендаций по его совершенствованию на основе опыта передовых отелей, санаториев.
 42. Исследование факторов эффективности участия гостиницы, санатория в туристских выставках.
 43. Роль ассоциаций гостиничных предприятий в продвижении турпродукта и туристских направлений на отечественном и международном рынках.
 44. Современные технологии стимулирования сбыта в деятельности гостиничных и санаторно-курортных предприятий.
 45. Формирование уникального торгового предложения (УТП) в гостиничном бизнесе и санаторно-курортной деятельности.
 46. Стратегии позиционирования гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг.
 47. Анализ бренда гостиничного и санаторно-курортного предприятия.
 48. Организация PR гостиничного и санаторно-курортного предприятия.
 49. Технологии Интернет продвижения отеля, санатория.
 50. Информационный ресурс как инструмент продвижения отеля, санатория.
 51. Технологии электронной коммерции в гостиничном бизнесе и санаторно-курортной деятельности в сегменте b2b.
 52. Технологии электронной коммерции в гостиничном бизнесе и санаторно-курортной деятельности в сегменте b2c.
 53. Сайт как инструмент электронной коммерции.
 54. Продвижение сайта: SEO-оптимизация и контент маркетинг.
 55. Технологии CRM маркетинга. Лидогенерация. Воронка продаж.
 56. Технологии SMM продвижения.
 57. Визуал маркетинг.
 58. Видео маркетинг отеля, санатория.

Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (экзамен):

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, правильно и точно подтверждает сделанные при

решении практических заданий выводы соответствующими нормативными документами, точно и правильно производит расчет показателей, демонстрирует полноту и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Оценка **«хорошо»** выставляется обучающемуся, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, затрудняется подтвердить сделанные при решении практических заданий выводы хотя бы одним нормативным документом, допускает ошибки при проведении расчетов показателей, неточно использует основные процедуры и действия в предложенном практическом задании.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка **«неудовлетворительно»** ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

5. УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины

Промежуточная аттестация может быть выставлена студенту по результатам текущей аттестации и (или) по результатам федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

Дисциплина «Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности» изучается на третьем курсе обучения, включает выполнение курсовой работы и завершается экзаменом. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются лекции и практические занятия. В ходе лекций рассматриваются основные понятия тем, связанные с ними теоретические и практические проблемы организации рекламной деятельности гостиничных предприятий, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовки к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки ведения публичной дискуссии, умения аргументировать и защищать выдвигаемые в них положения. Практические занятия по дисциплине проходят в форме практической подготовки на предприятии индустрии туризма и гостеприимства.

Наиболее важны при изучении курса «Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности» современные технологии продвижения и продаж в сегментах электронной коммерции b2c и b2b. Без подобных знаний невозможно организовать деятельность и осуществлять управление предприятия индустрии гостеприимства.

Знания вопросов управления и современного инструментария маркетинга нужны для правильной организации процессов, протекающих в результате осуществления хозяйственной деятельности предприятий индустрии гостеприимства, для научно обоснованного моделирования и прогнозированного бизнес-решений руководителей.

При подготовке к практическому занятию студент должен уяснить цели и задачи самостоятельной работы с предлагаемыми источниками литературы в пределах исследуемой проблематики. Необходимо сопоставить позиции отдельных авторов, провести критический анализ их экспертных мнений, сформулировать аргументы для обоснования собственной точки зрения. Готовность студента к практическому занятию определяется исходя из

информационной наполненности ответа, степени включенности в процесс обсуждения, готовности и способности выйти за пределы общепризнанной парадигмы.

5.2. Организация самостоятельной работы студента по дисциплине

Самостоятельная внеаудиторная работа по дисциплине «Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности» включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему и итоговому контролю, в также выполнение курсовой работы. Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками, изучение предметного содержания курса. Вопросы, не рассмотренные на лекциях и семинарских занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в программе вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на семинарских занятиях.

Самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студента выступают:

для овладения знаниями:

- чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана текста;
- конспектирование текста;
- выписки из текста;
- работа со словарями и справочниками;
- учебно-исследовательская работа;
- использование компьютерной техники и интернета при выполнении творческих домашних заданий.

для закрепления и систематизации знаний:

- работа с конспектом лекций (обработка текста);
- повторная работа над учебным материалом (электронного учебника, первоисточника, дополнительной литературы);
- составление плана и тезисов ответа на вопросы промежуточного контроля;
- составление таблиц для систематизации учебного материала;
- подготовка сообщений к защите доклада на практическом занятии в формате презентации в PowerPoint;
- тестирование и др.

для формирования умений и навыков:

- решение ситуационных (профессиональных) задач;
- метод case-study (изучение практических ситуаций), выполнение мини-проектов в форме презентаций.

Проработка вопросов, выносимых на самостоятельное изучение, состоит в изучении, конспектировании и анализе литературных источников.

Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов тем дисциплины:

1. Необходимо прочитать литературные источники, проанализировать качество и полноту изложения материала по изучаемым вопросам в литературных источниках.

2. Решить ситуационные задания/задачи по темам.
3. Рекомендуется письменно составить свои вопросы к тексту (не менее трех).
4. Рекомендуется дать собственные комментарии позиции автора(ов) литературного источника, согласие или несогласие с автором(ами), аргументацию своей интерпретации.
5. Контроль за внеаудиторной самостоятельной работой осуществляется на практических занятиях, индивидуальных и групповых консультациях, тестировании, экзамене.

Для максимального усвоения дисциплины предлагается изложение лекционного материала с элементами обсуждения, а также с использованием графического сопровождения лекций (презентации на мультимедийном проекторе).

В качестве методики проведения практических занятий используются:

- информационные технологии: презентации, аудиовизуальная технология;
- использование электронных образовательных ресурсов (электронные учебные пособия, статьи, домашние задания, рассылаемые на электронную почту студентов) при подготовке к лекциям, практическим занятиям и для самостоятельной работы;
- технология «дебаты»: дискуссии предполагающая обсуждение сложных вопросов, проблем изучаемой темы (интерактивная форма проведения занятия).

5.3. Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности. Практические занятия по дисциплине проходят в форме практической подготовки на предприятии индустрии туризма и гостеприимства.

Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Особенностью преподавания дисциплины является ее ориентация на применение современных интернет-технологий продвижения продукта предприятий общественного питания. Для этого в ходе изучения дисциплины читаются практико-ориентированные лекции и выполняются домашние задание в форме изучения кейсов практического применения предприятиями индустрии гостеприимства современных интернет-технологий рекламного продвижения в сети интернет.

5.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Лекционные занятия: комплект электронных презентаций/слайдов, аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

2. Практические занятия: помещение на предприятии индустрии туризма и гостеприимства. презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук, пакеты программного обеспечения (ПО) общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы), специализированное ПО.

3. Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Практические занятия в форме практической подготовки: помещение/класс для занятий, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), пакеты программного обеспечения (ПО) общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы), специализированное ПО: PMS, CRM и т.п. Подробный перечень используемого материально-технического обеспечения приведен в договоре (дополнительном соглашении).

4. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Таблица 6 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	Microsoft Windows
2	Kaspersky Endpoint Security
3	LibreOffice – Бесплатное ПО
4	Архиватор 7-zip.
5	Справочно-правовая система Консультант Плюс

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы включает специализированную мебель, технические средства и наборы демонстрационного оборудования для представления учебной информации: столы и стулья, рабочее место преподавателя, доска меловая, интерактивная доска, проектор, ноутбук.

5.5. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине «Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности» определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

43.03.03 Гостиничное дело
бакалавриат
Профиль подготовки «Деятельность санаторно-курортных и СПА комплексов»
АННОТАЦИЯ
 рабочей программы дисциплины
«Технологии продвижения и продаж в санаторно-курортной деятельности»
 дисциплина относится к блоку дисциплин обязательной части
 форма обучения – очная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ/час.)	4 ЗЕТ /144 часа.
Цель изучения дисциплины	формирования у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, необходимых для практической деятельности в организации продаж и продвижения гостиничных услуг
Содержание дисциплины (основные темы, разделы, модули)	Тема 1. Каналы продаж гостиничных, санаторно-курортных и СПА услуг: b2b, b2c, c2c, g2b. Тема 2. Веб-сайт отеля как инструмент электронной коммерции Тема 3. Технологии «Воронка продаж». Тема 4. Таргетинг в поисковых системах и соцсетях. Тема 5. SMM маркетинг. Визуал-маркетинг. Тема 6. Технологии B2B. Тема 7. Технология омниканальности.
Формируемые компетенции (коды)	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач ОПК-4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Философия Математика Основы проектной деятельности Информатика Организация гостиничного дела Технологии гостиничной деятельности Управление проектами и бизнес-планирование в санаторно-курортной деятельности Прикладные методы исследований в туристской деятельности Курортография Преддипломная практика
Коды и наименования индикаторов достижения компетенций	УК-1.1 Демонстрирует знание принципов сбора, отбора и обобщения информации, методологии системного подхода для решения профессиональных задач. УК-1.2 Анализирует и систематизирует разнородные данные, осуществляет процедуры анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности. УК-1.3. Применяет навыки научного поиска и практической работы с источниками информации; методами принятия решений. ОПК-4.1. Осуществляет мониторинг рынка услуг сферы гостеприимства и общественного питания, изучение рынка, потребителей, конкурентов. ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет
Образовательные технологии	Лекционные занятия, практические работы, СРС, выполнение курсовой работы

Форма промежуточной аттестации	Защита курсовой работы, экзамен
---------------------------------------	---------------------------------