

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ»**

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе

_____ Васilenko B.H.
(подпись) (Ф.И.О.)

«26» мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

(дисциплины, модуля)

**ИННОВАЦИОННЫЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ
ОБСЛУЖИВАНИЯ**

43.03.03 Гостиничное дело

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Направленность (профиль) подготовки

Гостинично-ресторанная деятельность
(наименование направленности (профиля) подготовки)

Бакалавр

(Бакалавр/Специалист/Магистр/Исследователь. Преподаватель-исследователь)

1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Иновационные интернет-технологии в сфере обслуживания» является формирование компетенций обучающегося в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности:

33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.), а также сфера прикладных исследований.

Дисциплина направлена на решение типов задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий, проектный, технологический, сервисный, исследовательский.

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

1. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины в соответствии с предусмотренными компетенциями обучающийся должен:

№ п/п	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД1 _{ук-1} - Анализирует поставленную задачу и осуществляет поиск необходимой информации для ее решения
2	ПКВ-3	Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма	ИД-1 _{пкв-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

№ п/п	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
1	ИД1 _{ук-1} - Анализирует поставленную задачу и осуществляет поиск необходимой информации для ее решения	<p>Знает: Анализ поставленной задачи и поиск необходимой информации для ее решения</p> <p>Умеет: Анализировать поставленную задачу и осуществлять поиск необходимой информации для ее решения</p> <p>Имеет навыки: Анализа поставленной задачи и осуществления поиска необходимой информации для ее решения</p>
2	ИД-1 _{пкв-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.	<p>Знает: современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.</p> <p>Умеет: Применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.</p> <p>Имеет навыки: современных технологий обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.</p>

3. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ООП, Б1.В.02.01.

Дисциплина является обязательной к изучению. Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях, полученных при изучении обучающимися дисциплин: «Туристское ресурсоведение», «Маркетинг», «Туристско-рекреационное проектирование», «Введение в технологии сферы обслуживания», «Технологии и организация обслуживания на предприятиях сферы гостеприимства».

Знания и навыки, полученные при изучении дисциплины «Охрана труда и техника безопасности в профессиональной деятельности», могут быть использованы при изучении дисциплин «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», преддипломной практики.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебных занятий

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часов, включая промежуточную аттестацию.

Вид учебной работы	Всего ак. ч	Семестр
		2
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	72	72
Контактная работа в т.ч. аудиторные занятия:	30,85	30,85
Лекции (Л)	15	15
Практические занятия (ПЗ)	15	15
Консультации текущие		
Групповые консультации		
Виды аттестации (ЗАЧЕТ)	-	-
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	41,15	41,15
Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	13,71	13,71
Подготовка реферата	13,71	13,71
Подготовка презентации	13,71	13,71

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Трудоемкость раздела, ак.ч.
2 семестр			
1	Раздел 1. Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта.	Введение. Понятие и структура системы продвижения услуг для индустрии гостеприимства: способы привлечения клиентов через интернет; проблемы большинства сайтов отелей. Критический анализ и синтез информации, применение системного подхода для решения поставленных задач.	3
2	Раздел 2. Программы продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг	Современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности.	4
3	Раздел 3 Продвижения и организации продаж туристского продукта.	Продвижение туристского продукта на внутреннем рынке Особенности продвижения и продажи туристского продукта потребителю на внутреннем рынке. Конкурентная среда внутреннего рынка. Целевая аудитория внутреннего рынка. Развитие внутреннего и выездного туризма в условиях экономического кризиса. Основные проблемы, связанные с продвижением туристского продукта на внутреннем рынке. Роль проектной деятельности в реализации основных форм продаж туристского продукта на внутреннем рынке.	4

		Особенности продвижения и продажи туристского продукта потребителю на внешних рынках с учетом всех принципов международного маркетинга. Конкурентная среда внешних рынков и конкурентоспособность туристского продукта. Целевая аудитория внешнего рынка. Развитие въездного туризма в условиях экономического кризиса. Роль проектной деятельности в реализации основных форм продаж туристского продукта на внешнем рынке.	
4	Раздел 4. Процесс потребления туристских услуг	Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей. Формирование спроса на туристские услуги. Технологии персональной продажи в сфере туризма. Особенности персональной продажи в туристской индустрии. Персональные продажи во въездном, внутреннем и выездном туризме. Приемы воздействия на потребителя туристских услуг. Исследование потребностей. Работа с возражениями, диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Стимулирование клиента на покупку.	4
	Итого		72

5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции, ак.ч.	Практ. занят, ак.ч.	СРО, ак.ч.	Всего, ак.ч.
1	Раздел 1. Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта.	3	3	10,28	16,26
2	Раздел 2. Программы продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг	4	4	10,28	18,28
3	Раздел 3 Продвижения и организации продаж туристского продукта.	4	4	10,28	18,28
4	Раздел 4. Процесс потребления туристских услуг	4	4	10,28	18,28
	Итого	15	15	41,15	72

5.2.2 Практические занятия (семинары)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ак.ч.
1.	Раздел 1. Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта.	Разработка программ продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг.	3
2	Раздел 2. Программы продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг	Программа продвижения услуг организаций сферы туризма.	4
3.	Раздел 3 Продвижения и организации продаж туристского продукта.	Взаимодействие участников каналов распределения и способы повышения его эффективности.	4
4.	Раздел 4. Процесс потребления туристских услуг	Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей. Формирование спроса на туристские услуги.	3

5.2.3 Лабораторный практикум (не предусмотрен)

5.2.4 Самостоятельная работа обучающихся (СРО)

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид СРО	Трудоемкость, ак.ч.
1	Раздел 1. Интернет – продвижения и организации продаж туристского продукта.	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	5,14
		Подготовка к тестированию	5,14
2	Раздел 2. Программы продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	5,14
		Подготовка презентации	5,14
3	Раздел 3 Продвижения и организации продаж туристского продукта.	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	5,14
		Подготовка презентации	5,14
4	Раздел 3 Продвижения и организации продаж туристского продукта.	Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	5,14
		Подготовка реферата	5,14

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература

1. Баумгартен Л.В. Сущность, особенности разработки и использования фирменного стиля гостиничного предприятия в качестве маркетингового инструмента // Маркетинг в России и за рубежом. - 2018. - № 1. - С. 33 - 45.
8. Бодьян А.Н., Бодьян Л.А. Разработка основных стилеобразующих элементов
2. Корчагова Л.А., Крушняк В.Е. Роль и значение фирменного стиля в формировании имиджа компании и продвижении ее товаров и услуг // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. - 2020. - № 2. - С. 113 - 123.

6.2 Дополнительная литература

1. Соколова С. Единый стиль для привлечения клиентов // Гостиничное дело. - 2018. - № 9. - С. 32 - 39. Соколова С. Оформление гостиниц от общего к частному // Гостиничное дело. - 2014. - № 5. - С. 36 - 41.
2. Тимохина Т.Л. Организация гостиничного дела. - М.: Юрайт, 2016. - 336 с
3. Федосеева А.В. Характеристика элементов фирменного стиля предприятий сервиса // Решение. - 2017. - С. 245 – 246
4. Цурри О.Г. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. - 2020. - № 1. - С. 91 - 96.

6.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине «Инновационные интернет-технологии в сфере обслуживания» [Электронный ресурс] : для студентов, обучающихся по направлению 43.03.03 Гостиничное дело/ Н.П. Зацепилина ; ВГУИТ, Кафедра туризма и гостиничного дела. - Воронеж : ВГУИТ, 2021. – 20 с.

6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	https://www.edu.ru/
Научная электронная библиотека	https://elibrary.ru/defaultx.asp?
Национальная исследовательская компьютерная сеть России	https://niks.su/
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru/
Электронная библиотека ВГУИТ	http://biblos.vsu.ru/megapro/web
Сайт Министерства науки и высшего образования РФ	https://minobrnauki.gov.ru/
Портал открытого on-line образования	https://npoed.ru/
Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «ВГУИТ»	https://education.vsu.ru/

6.5 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю),

включая перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

При изучении дисциплины используется программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы: ЭИОС университета, в том числе на базе программной платформы «Среда электронного обучения ЗКЛ», автоматизированная информационная база «Интернет-тренажеры», «Интернет-экзамен» и пр. (указать средства, необходимы для реализации дисциплины).

При освоении дисциплины используется лицензионное и открытое программное обеспечение – ОС Windows.

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории:

- а.543 – Комплекты учебной мебели, Аудио-визуальная система лекционных аудиторий (мультимедийный проектор EPSON EB-WO2, ноутбук Intel Core, экран, акустические системы);

- а.539 (Помещение для самостоятельной работы обучающихся) – Комплект учебной мебели, Компьютер CORE i5 – 3450, сетевой коммутатор для подключения к компьютерной сети (Интернет);

Для самостоятельной работы обучающихся используются аудитория кафедры туризма и гостиничного дела для самостоятельной работы, для курсового и дипломного проектирования (выполнения курсовых и дипломных работ) (а.539), компьютерный класс (а.540), читальные залы библиотеки.

При проведении практических занятий используется мультимедийное оборудование кафедры туризма и гостиничного дела) (а.540), компьютеры с обучающими и контролирующими компьютерными программами) (а. 540). Перечень программ, предоставляемых бесплатно и на которые имеются лицензии: Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN 1 License No Level #47881748 от 24.12.2010 г.<http://eopen.microsoft.com>; Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level #44822753 от 17.11.2008 <http://eopen.microsoft.com>; Paint.NET - (бесплатное ПО) <https://ru.wikipedia.org/wiki/Paint.NET>.

8 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценочные материалы (ОМ) для дисциплины (модуля) включают:

- перечень компетенций с указанием индикаторов достижения компетенций, этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

- описание шкал оценивания;

- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

ОМ представляются отдельным комплектом и входят в состав рабочей программы дисциплины (модуля).

Оценочные материалы формируются в соответствии с П ВГУИТ «Положение об оценочных материалах».

ПРИЛОЖЕНИЕ
к рабочей программе

1. Организационно-методические данные дисциплины для очно-заочной или заочной форм обучения

1.1 Объемы различных форм учебной работы и виды контроля в соответствии с учебным планом

Виды учебной работы	Всего акад.ч.	Семестр
		4 акад.ч.
Общая трудоемкость дисциплины (модуля)	108	108
<i>Контактная работа, в т.ч. аудиторные занятия:</i>	19,9	19,9
Лекции	6	6
Практические занятия (ПЗ)	10	10
Консультации текущие	1,8	1,8
Проведение консультаций перед экзаменом	-	-
Виды аттестации (зачет, экзамен)	Зачет	Зачет
<i>Самостоятельная работа:</i>	81,3	81,3
Проработка материалов по лекциям, учебникам, учебным пособиям	42,3	42,3
Подготовка презентации	46	46
Подготовка к зачету(контроль)	3,9	3,9

**АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ
ДИСЦИПЛИНЫ**

«Инновационные интернет-технологии в сфере обслуживания»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

/п	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД1_{ук-1} - Анализирует поставленную задачу и осуществляет поиск необходимой информации для ее решения
	ПКВ-3	Способен разрабатывать и применять современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма	ИД-1_{ПКВ-3} Применяет современные технологии обслуживания туристов с учетом этнокультурных, исторических и религиозных аспектов, а также требований действующего законодательства в сфере туризма.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: программу продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг.

Уметь: разрабатывать программу продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг.

Владеть: продвижения туристских продуктов на основе анализа потребностей туристов и других заказчиков услуг.

Содержание дисциплины

Введение. Понятие и структура системы продвижения услуг для индустрии гостеприимства: способы привлечения клиентов через интернет; проблемы большинства сайтов отелей. Критический анализ и синтез информации, применение системного подхода для решения поставленных задач.

Современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности.

Продвижение туристского продукта на внутреннем рынке. Особенности продвижения и продажи туристского продукта потребителю на внутреннем рынке.

Конкурентная среда внутреннего рынка. Целевая аудитория внутреннего рынка. Развитие внутреннего и выездного туризма в условиях экономического кризиса.

Основные проблемы, связанные с продвижением туристского продукта на внутреннем рынке. Роль проектной деятельности в реализации основных форм продаж туристского продукта на внутреннем рынке.

Особенности продвижения и продажи туристского продукта потребителю на внешних рынках с учетом всех принципов международного маркетинга. Конкурентная среда внешних рынков и конкурентоспособность туристского продукта. Целевая аудитория внешнего рынка. Развитие въездного туризма в условиях экономического кризиса. Роль проектной деятельности в реализации основных форм продаж туристского продукта на внешнем рынке. Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке.

Типы покупателей. Формирование спроса на туристские услуги. Технологии персональной продажи в сфере туризма Особенности персональной продажи в туристской индустрии. Персональные продажи во въездном, внутреннем и выездном туризме. Приемы воздействия на потребителя туристских услуг. Исследование потребностей. Работа с возражениями, диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Стимулирование клиента на покупку.