

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и сервиса

Кафедра маркетинга, сервиса и туризма

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по изучению дисциплины

«Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе»

для студентов всех форм обучения

направления подготовки магистров 43.04.03 Гостиничное дело
программа магистратуры Гостиничная деятельность

Майкоп, 2020 г.

УДК 640.41(07)
ББК 65.9(2)441
М 54

Печатается по решению НМС направления подготовки 43.04.03 Гостиничное дело

Составитель: доцент, канд. социол. наук Панина Е.А.

Рецензент: доцент, канд. экон. наук Кумпилова А.Р.

Методические указания по изучению дисциплины «Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе» для студентов всех форм обучения направления подготовки магистров 43.04.03 Гостиничное дело, программа магистратуры Гостиничная деятельность – Составитель: Панина Е.А. – Майкоп, ФГБОУ ВО «МГТУ», 2020. – 26с.

Методические указания составлены в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело и учебным планом ФГБОУ ВО «МГТУ».

Издание включает перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, данные о трудоемкости дисциплины, краткое содержание разделов курса, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине, информацию об учебно-методическом и информационном обеспечении дисциплины, методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи учебной дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП по направлению подготовки	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины	5
5. Структура и содержание дисциплины	6
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	27
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	28
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	30
11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	30

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью изучения учебной дисциплины «Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе» является овладение компетенциями в области построения долгосрочных отношений с клиентами в целях устойчивого развития компании.

Задачи учебной дисциплины:

- исследование понятия и функций клиентоориентированности в гостиничном сервисе;
- формирование устойчивой установки на клиентоориентированный подход и обучение студентов инструментам реализации этого подхода на практике;
- изучение клиентоориентированности как конкурентного преимущества гостиничной сети;
- рассмотрение лояльности клиентов как показателя клиентоориентированной деятельности предприятия гостиничного сервиса,
- разработка рекомендаций по управлению взаимоотношениями с клиентами гостиничной сети.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП по направлению подготовки

Дисциплина «Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

Курс «Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе» основан на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин как «Современные коммуникационные технологии межкультурного взаимодействия в сфере гостеприимства», «Самоорганизация и технологии профессионально-личностного роста», «Управление персоналом организаций сферы гостеприимства и общественного питания», «Организационные структуры предприятий индустрии гостеприимства», «Управление процессами деятельности в сфере гостеприимства» и др.

Дисциплина «Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе» является предшествующей для следующих дисциплин: «Экономика организаций сферы гостеприимства и общественного питания: стратегический уровень», «Стратегическое и программно-целевое управление в сфере гостеприимства и общественного питания», «Оптимизация бизнес-процессов предприятий сферы гостеприимства», «Инновационные технологии в сфере гостеприимства и общественного питания», «Бенчмаркетинг в индустрии гостеприимства» и др.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

Индикаторы достижения компетенции:

УК-4.1. Осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке

УК-4.2. Переводит академические и профессиональные тексты с иностранного языка или на иностранный язык

УК-4.3. Способен выстраивать стратегию общения с партнерами, в том числе зарубежными в соответствии с нормами межкультурной коммуникации

ПКУВ-3. Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения

конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания

Индикаторы достижения компетенции:

ПКУВ-3.1. Определяет перспективность инноваций, оценивает их эффективность и разрабатывает мероприятия по их внедрению на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания;

ПКУВ-3.3. Применяет современные информационно-коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: теоретические основы сервисной деятельности и формирование гостиничного продукта с использованием клиентоориентированных технологий; теории потребностей потребителей, имеющих различия этнокультурных, исторических и религиозных традиций; роль клиентоориентированности в удовлетворении потребностей потребителей гостиничного сервиса (УК-4, ПКУВ-3);

уметь: применять клиентоориентированные технологии при формировании гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей; организовать процесс обслуживания разных типов потребителей; использовать коммуникативные навыки клиентоориентированного персонала (УК-4, ПКУВ-3);

владеть: технологиями клиентоориентированного подхода при удовлетворении потребностей различных типов клиентов гостиницы (УК-4, ПКУВ-3).

4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры		
		2		
Контактные часы (всего)	26,25/0,72	26,25/0,72		
В том числе:				
Лекции (Л)	13/0,36	13/0,36		
Практические занятия (ПЗ)	13/0,36	13/0,36		
Лабораторные работы (ЛР)	-	-		
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,25/0,01	0,25/0,01		
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	-	-		
Самостоятельная работа (СР) (всего)	81,75/2,28	81,75/2,28		
В том числе:				
Расчетно-графические работы	-	-		
Реферат	21,75/0,60	21,75/0,60		
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>				
1. Составление плана-конспекта	20/0,55	20/0,55		
2. Обсуждение докладов	20/0,55	20/0,55		
3. Подготовка ответов на вопросы	20/0,55	20/0,55		
Курсовой проект (работа)	-	-		
Контроль (всего)	-	-		
Форма промежуточной аттестации: зачет	-	-		
Общая трудоемкость	108/3	108/3		

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.
Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры		
		3		
Контактные часы (всего)	18,25/0,5	18,25/0,5		
В том числе:				
Лекции (Л)	8/0,22	8/0,22		
Практические занятия (ПЗ)	10/0,28	10/0,28		
Лабораторные работы (ЛР)	-	-		
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,25/0,01	0,25/0,01		
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)				
Самостоятельная работа (СР) (всего)	86/2,38	86/2,38		
В том числе:				
Расчетно-графические работы	-	-		
Реферат	26/0,72	26/0,72		
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>				
1. Составление плана-конспекта	20/0,55	20/0,55		
2. Обсуждение докладов	20/0,55	20/0,55		
3. Подготовка ответов на вопросы	20/0,55	20/0,55		
Курсовой проект (работа)	-	-		
Контроль (всего)	3,75/0,10	3,75/0,10		
Форма промежуточной аттестации: зачет	-	-		
Общая трудоемкость	108/3	108/3		

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР	
2 семестр									
1.	Тема 1. Основы клиентоориентированного сервиса	1-3	2	2	-		-	20	Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест
2.	Тема 2. Эффективное взаимодействие с клиентами гостиницы: понятие и основные технологии	4-6	2	2	-		-	20	Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест

3.	Тема 3. Актуальные аспекты обслуживания потребителей	7-8	2	2	-	-	10	Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест	
4.	Тема 4. Технология продаж услуг на предприятиях индустрии туризма	9-11	2	2	-	-	20	Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест	
5.	Тема 5. CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) в индустрии туризма.	12-13	5	5	-	-	11,75	Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест	
6.	Промежуточная аттестация	-	-	-	0,25	-	-	зачет	
7.	Итого за семестр:	-	13	13	0,35	2,5	35,65	81,75	-

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)					
		Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР
3 семестр							
1.	Тема 1. Основы клиентоориентированного сервиса	2	2	-	-	-	20
2.	Тема 2. Эффективное взаимодействие с клиентами гостиницы: понятие и основные технологии	2	2	-	-	-	20
3.	Тема 3. Актуальные аспекты обслуживания потребителей	2	2	-	-	-	20
4.	Тема 4. Технология продаж услуг на предприятиях индустрии туризма	1	2	-	-	-	10
5.	Тема 5. CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) в индустрии туризма.	1	2	-	-	-	16
8.	Промежуточная аттестация: зачет	-	-	0,25	-	-	-
9.	Итого за семестр:	8	10	0,25	2,2	3,75	86

5.3. Содержание разделов дисциплины «Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе», образовательные технологии
Лекционный курс

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.)		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
1.	Тема 1. Основы клиенто-ориентированного сервиса	2/0,05	2/0,05	Цели и задачи дисциплины. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры. Требования к результатам освоения дисциплины: приобретаемые общекультурные и профессиональные компетенции, знания, умения, владения. Объем дисциплины и виды учебной работы.	УК-4 ПКУВ-3	Знать: цели и задачи дисциплины Уметь: называть задачи клиентоориентированного сервиса. Владеть: навыками анализа задач клиентоориентированного сервиса.	Составление плана-конспекта Лекция-презентация
2.	Тема 2. Эффективное взаимодействие с клиентами гостиницы: понятие и основные технологии	2/0,05	2/0,05	Современное состояние и перспективы развития методов сервисной деятельности в туризме. Понятия «услуга», «клиентоориентированность». Отличительные особенности и характеристики услуги. Понятие эффективного взаимодействия с клиентами. Критерии оценки эффективного взаимодействия. Ключевые факторы успеха клиенто-ориентированного подхода.	УК-4 ПКУВ-3	Знать: понятия эффективного взаимодействия с клиентами, «услуга», «клиентоориентированность». Уметь: характеризовать современное состояние и перспективы развития методов сервисной деятельности в туризме. Владеть: навыками оценки эффективного взаимодействия.	Составление плана-конспекта Лекция-презентация Интерактивные методы обучения
3.	Тема 3. Актуальные аспекты обслуживания	2/0,05	2/0,05	Психология обслуживания клиентов. Типологии клиентов в индустрии туризма,	УК-4 ПКУВ-3	Знать: основные аспекты психология обслуживания клиентов;	Составление плана-конспекта Лекция-

	потребителей			отличительные особенности. Деловые типы клиентов. Психологические типы клиентов. Типология клиентов на основе современных теорий мотивации. Качество и культура обслуживания, основные показатели. Пятиступенчатая модель качества. Современные стандарты обслуживания клиентов. Организация ритуалов обслуживания клиентов. Стратегии обслуживания клиентов на предприятиях индустрии туризма. Статистика недовольных клиентов.		Уметь: применять стратегии обслуживания клиентов на предприятиях индустрии туризма. Владеть: навыками применения современных стандартов обслуживания клиентов.	презентация Интерактивные методы обучения
4.	Тема 4. Технология продаж услуг на предприятиях индустрии туризма	2/0,05	1/0,03	Понятие «продажа». Персональные продажи и их значение в маркетинговой деятельности предприятия туризма. Задачи и принципы продаж. Качества успешного продавца. Наиболее типичные ошибки в продаже гостиничных услуг. Виды продаж. Правила продаж в сфере гостиничных услуг. Профессиональная терминология в продажах. «Язык выгоды» или «Язык клиента». Вопросы в продажах и их влияние на эффективность деятельности гостиницы. Техника постановки вопросов в	УК-4 ПКУВ-3	Знать: понятие персональные продажи и их значение в маркетинговой деятельности предприятия туризма. Уметь: характеризовать наиболее типичные ошибки в продаже гостиничных услуг. Владеть: навыками возражения как препятствия к сотрудничеству с клиентами.	Составление плана-конспекта Лекция-презентация

				продажах. Возражения как препятствие к сотрудничеству с клиентами. Ложные и истинные возражения.			
5.	Тема 5. CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) в индустрии туризма.	5/0,13	1/0,03	Алгоритм продаж. Анализ продаж, современные методики. Телефонные продажи в индустрии туризма. Эффективная презентация услуг на предприятиях индустрии туризма. Цели презентации. Принцип «AIDA». Основные законы проведения презентации. Презентация специалиста по туризму.	УК-4 ПКУВ-3	Знать: принцип «AIDA». Основные законы проведения презентации Уметь: составить алгоритм продаж Владеть: навыками телефонных продаж в индустрии туризма	Составление плана-конспекта Лекция-презентация
9.	Итого	13/0,36	10/0,3	-	-	-	-

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование практических и семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
2 семестр ОФО/3 семестр ЗФО				
1.	Тема 1. Основы клиенто–ориентированного сервиса	Цели и задачи клиенто–ориентированного сервиса	2/0,05	2/0,05
2.	Тема 2. Эффективное взаимодействие с клиентами гостиницы: понятие и основные технологии	Современное состояние и перспективы развития методов сервисной деятельности в туризме. Понятие эффективного взаимодействия с клиентами.	2/0,05	2/0,05
3.	Тема 3. Актуальные аспекты обслуживания потребителей	Психология обслуживания клиентов. Психологические типы клиентов. Типология клиентов на основе современных теорий мотивации.	2/0,05	2/0,05
4.	Тема 4. Технология продаж услуг на предприятиях индустрии туризма	Персональные продажи и их значение в маркетинговой деятельности предприятия туризма.	2/0,05	2/0,05
5.	Тема 5. CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) в индустрии туризма.	Алгоритм продаж. Анализ продаж, современные методики. Телефонные продажи в индустрии туризма. Эффективная презентация услуг на предприятиях индустрии туризма.	5/0,13	2/0,05
8.	Итого за семестр		13/0,35	10/0,28

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах
Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)
Курсовые проекты (работы) учебным планом не предусмотрены.

5.7. Самостоятельная работа студентов
Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
				ОФО	ЗФО
2 семестр ОФО/3 семестр ЗФО					
1.	Тема 1. Основы клиенто–ориентированного сервиса	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	1-2	20/0,55	20/0,55
2.	Тема 2. Эффективное взаимодействие с клиентами гостиницы:	Составление плана-конспекта Подготовка докладов	3-4	20/0,55	20/0,55

	понятие и основные технологии	Подготовка ответов на вопросы			
3.	Тема 3. Актуальные аспекты обслуживания потребителей	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	5- 6	10/0,27	20/0,55
4.	Тема 4. Технология продаж услуг на предприятиях индустрии туризма	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	7-8	20/0,55	10/0,27
5.	Тема 5. CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) в индустрии туризма.	Составление плана-конспекта Подготовка докладов Подготовка ответов на вопросы	9-10	11,75/0,33	16/0,44
6.	Итого за семестр:	-	-	81,65/2,28	86/2,38

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Литература для самостоятельной работы

1. Басовский, Л.Е. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 233 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=939196>

2. Ключевская, И. С. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.С. Ключевская. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 236 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/982200>

3. Муртузалиева, Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 166 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937237>

4. Прончева, О. К. Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе [Электронный ресурс]: учебное пособие / О. К. Прончева. - Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2015. - 72 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75021.html>

5. Семенова, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров / Л.В. Семенова, В.С. Корнеевец, И.И. Драгилева. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 205 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75217.html>

6. Соловьев, Б.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Б.А. Соловьев. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 336 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=608883>

7. Скобкин, С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016. - 496 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/554704>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
 - в форме электронного документа.
- Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- в печатной форме,
 - в форме электронного документа.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе»

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

7.1.1. Для очной формы обучения

Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)	Наименование дисциплин, формирующих компетенции в процессе освоения ОП
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	
1	Современные коммуникационные технологии межкультурного взаимодействия в сфере гостеприимства
1	Современные коммуникационные технологии межкультурного взаимодействия в сфере гостеприимства
1	Иностранный язык делового и профессионального общения
1	Ознакомительная практика
2	Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе
2	Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж
2	Организационно-управленческая практика
3	Проектно-технологическая практика
4	Научно-исследовательская работа
4	Преддипломная практика
4	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
4	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ПКУВ-3. Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания	
3	Инновационные технологии в сфере гостеприимства и общественного питания
3	Управление процессами реформирования и реструктуризации деятельности в сфере гостеприимства
2	Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе
2	Психология деловых коммуникаций и эффективность продаж
2	Формирование производственной концепции и внедрение технологических инноваций в сферу гостеприимства и общественного питания
2	Развитие информационных систем в гостеприимстве и туризме
2	Организационно-управленческая практика

3	Проектно-технологическая практика
4	Научно-исследовательская работа
4	Преддипломная практика
4	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
4	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p> <p>Индикаторы достижения компетенции:</p> <p>УК-4.1. Осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке</p> <p>УК-4.2. Переводит академические и профессиональные тексты с иностранного языка или на иностранный язык</p> <p>УК-4.3. Способен выстраивать стратегию общения с партнерами, в том числе зарубежными в соответствии с нормами межкультурной коммуникации</p>					
<p>Знать: основы современного русского языка и культуры речи, основные принципы построения монологических и диалогических текстов, характерные свойства русского языка как средства общения и передачи информации; лексический минимум для осуществления профессиональной деятельности с использованием иностранного языка, грамматические навыки, обеспечивающие коммуникацию общего характера, основные грамматические явления, характерные для профессиональной речи.</p>	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
<p>Уметь: использовать знание русского языка, культуры речи и навыков общения в профессиональной деятельности; использовать знание иностранного языка для осуществления профессиональной коммуникации.</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	Доклад, конспект, зачет

<p>Владеть: навыками грамотного письма и устной речи, способностью к коммуникациям в профессиональной деятельности, как на государственном, так и на иностранном языке; готовностью к общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности для академического и профессионального взаимодействия.</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	
<p>ПКУВ-3. Способен управлять внедрением инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания Индикаторы достижения компетенции: ПКУВ-3.1. Определяет перспективность инноваций, оценивает их эффективность и разрабатывает мероприятия по их внедрению на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания; ПКУВ-3.3. Применяет современные информационно-коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания.</p>					
<p>Знать: современные инновационные технологии и информационно-коммуникативные инновации.</p>	<p>Фрагментарные знания</p>	<p>Неполные знания</p>	<p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>	<p>Сформированные систематические знания</p>	
<p>Уметь: использовать инновационные технологии и современные информационно-коммуникативные инновации с целью обеспечения конкурентоспособности объектов сферы гостеприимства и общественного питания.</p>	<p>Частичные умения</p>	<p>Неполные умения</p>	<p>Умения полные, допускаются небольшие ошибки</p>	<p>Сформированные умения</p>	<p>Доклад, конспект, зачет</p>
<p>Владеть: навыками внедрения инновационных технологий и информационно-коммуникативных инноваций для обеспечения</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	

конкурентоспособности объектов сферы гостеприимства и общественного питания.					
--	--	--	--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы докладов:

1. Технология организации клиентоориентированного сервиса.
2. Современные технологии эффективного сервиса.
3. Критерии сегментации клиентов при организации клиентоориентированного сервиса.
4. Формы обслуживания VIP-клиентов.
5. Существует ли дилемма: «Что выгоднее – найти новых клиентов или удержать старых?»
6. Сетевой маркетинг и клиентоориентированный сервис: точки соприкосновения
7. Организация акций и мероприятий для клиентов
8. Технологии работы с рекламациями.
9. Атрибуты успешного клиентоориентированного сервиса.
10. Виды маркетинговых коммуникация в клиентоориентированном сервисе.

Примерные тестовые задания

Тест для определения профессиональной пригодности работников гостиницы

Этот тест можно выполнять, как студентам, так и сотрудникам гостиниц. При этом студенты, не проходившие практику в гостинице или не работавшие в ней, должны максимально правдиво смоделировать ответы на поставленные вопросы по принципу «как бы я поступил в этом случае, находясь на рабочем месте?».

1. Считаете ли Вы, что, находясь на работе, необходимо проникнуться духом «сервисмена» и, не покладая рук, стараться ради клиентов:

- а) Да, считаю.
- б) Нет, не считаю.
- в) Старание необходимо только в пределах своих должностных обязанностей, так как я работаю по найму.
- г) Степень старания должна четко соответствовать получаемой мною зарплате.

2. Надо ли, работая с клиентами гостиницы, вкладывать всю свою душу, сглаживая некоторые конфликтные ситуации или же целесообразнее обладать высоким профессионализмом, позволяющим предупреждать эти конфликты?

- а) Душевное отношение к клиенту - залог коммерческого успеха гостиницы и моего личного благосостояния.
- б) Работая как профессионал, я никогда не получу нарекания от начальства и не создам финансовых и других проблем для гостиницы.
- в) Профессионализм не предусматривает «душевную» работу с клиентами, а основывается на формализованной технологии обслуживания.

3. Я знаю, что клиентам нравится, когда персонал приветлив и улыбочив, но:

- а) Я не могу весь день улыбаться на работе.
- б) У меня бывают личные проблемы, когда не до улыбок.
- в) Я могу «подыгрывать» клиентам, как актер, даже когда мне совсем невесело.
- г) Для моего отрешения от сложностей реальной жизни и перевоплощения необходима соответствующая зарплата, значительно большая нежели нынешняя.
- д) С некоторыми клиентами я веду себя сугубо официально и строго, но к тем, которые мне симпатичны, проявляю большее внимание.

4. Организация производства в нашей гостинице:

- а) Полностью удовлетворяет меня.
- б) Нуждается в совершенствовании.
- в) Не удовлетворяет меня

5. Я организую свою работу:

- а) Ориентируюсь только на собственные интересы.
- б) Ориентируюсь только на интересы своего отдела.
- в) Ориентируюсь на интересы всех подразделений гостиницы.

6. Я считаю, что моя заработная плата соответствует моей квалификации и трудолюбию:

- а) В полной мере.
- б) Частично.
- в) Не соответствует.

7. Я считаю, что принцип «Буду хорошим подчиненным, думая о том времени, когда я сам стану начальником»:

- а) Должен быть моим девизом.
- б) Верен лишь отчасти, потому что получение более высокой должности зависит не только от добросовестного исполнения своих обязанностей.
- в) Неверен, потому что мне никогда не стать начальником.

8. На профессиональном конкурсе я:

- а) Мог бы занять призовое место.
- б) Возможно, получил бы неплохие результаты, но на первое место не рассчитываю.
- в) Не получил бы высоких результатов из-за неумения работать напоказ.

9. Я считаю, что турбизнес это:

- а) Удовлетворение всех потребностей клиента и даже его прихотей.
- б) Удовлетворение потребностей клиента в соответствии с произведенной оплатой.
- в) Возможность получения клиентом как можно более широкого набора услуг

10. В зависимости от того, кто Ваш клиент, обслуживание его:

- а) Изменяется.
- б) Не изменяется, так как все клиенты для меня равны.

11. Как Вы ведете себя с клиентами разного возраста?

- а) С молодыми клиентами я должна вести себя строже, чем с пожилыми.
- б) Все клиенты для меня равны, иначе могут возникнуть недоразумения.

12. Пословица «Что посеешь, то и пожнешь» применима к туристскому бизнесу:

- а) В полной мере.
- б) Отчасти.
- в) Неприменима.

13. Любезность к клиентам и хорошее мнение клиентов о гостинице:

- а) Связаны между собой.
- б) Связаны, между собой, но мнение клиентов о туристском сервисе определяется не только этим.
- в) Мало связаны, так как не создана высококлассная сервисная база туризма.

14. Считаете ли Вы, что необходимо знать основные экономические показатели деятельности гостиницы, в которой вы работаете:

- а) Нет.
- б) Да.
- в) Необходимо частично; знания экономических показателей гостиницы в моей работе не нужны.

15. Считаете ли Вы, что необходимо знать дни рождения всех сотрудников гостиницы:

- а) да.
- б) нет.
- в) только близких мне людей.

16. Ваше отношение к «Правилам внутреннего трудового распорядка»:

- а) Я всегда выполняю все правила.
- б) Бывают обстоятельства, препятствующие безусловному выполнению всех правил распорядка.
- в) Я не строго придерживаюсь правил распорядка, но нареканий не имею.

17. Сколько сигарет вы выкуриваете в течение рабочего дня:

- а) Нисколько.
- б) Не более 3-4.
- в) Не более 5-6.
- г) Около пачки.

18. Я считаю, что под моей манерой одеваться на работе подразумевается:

- а) Максимальное удобство одежды для выполнения работы.
- б) Красота и соответствие одежды интерьеру.
- в) Мое финансовое положение, позволяющее или не позволяющее носить в дополнение к форменной одежде те аксессуары, которые мне нравятся
- г) Соответствие стиля и формы одежды моей должности и выполняемой работе.

19. Если в гостинице холодно, имеете ли вы право одевать поверх колготок теплые носки:

- а) Да.
- б) Нет.

20. Считаете ли Вы, что длина юбок сотрудниц гостиницы должна быть унифицирована, например, быть на 2-3 см выше или ниже колен:

- а) Считаю.
- б) Не считаю.
- в) Не могу однозначно ответить, так как мода изменчива, а фигуры индивидуальны.

21. Чем бы Вы могли пожертвовать или пренебречь при дефиците денег или времени:

- а) Прической.
- б) Макияжем (косметикой).
- в) Модной или красивой одеждой.
- г) Украшениями.
- д) Ничем не могу пренебречь.

22. Считаете ли вы допустимым для мужчин – работников гостиницы,

общающихся с клиентами, ношение бороды и усов:

- а) Допустимо.
- б) Допустима аккуратно подстриженная борода и короткие усы.
- в) Допустимо только ношение усов.
- г) Допустимо.

23. Ваше отношение к ношению персоналом гостиницы шиньонов или париков:

- а) Это их личное дело.
- б) Недопустимо по эстетическим и гигиеническим соображениям.
- в) Не рекомендуется.
- г) Возможно при выраженных дефектах волос.

24. Считаете ли Вы длину и цвет своих ногтей сугубо личным делом:

- а) Считаю.
- б) Не считаю.
- в) Это достаточно интимный вопрос, не подлежащий обсуждению.

25. Если вы делаете маникюр, то какой цвет ногтей вы предпочитаете на работе:

- а) Бесцветный.
- б) Яркий гармонирующий с одеждой.
- в) Экстравагантный (зеленый, с орнаментом и т.д.).
- г) Я делаю маникюр, но ногти не окрашиваю.
- д) Я не делаю маникюр.

26. Если клиенты обращаются к вам со словами «Девушка», а Вам уже за 30 лет или со словами «Женщина», а вы не достигли 35-летнего возраста, Вы:

- а) Делаете вежливое замечание клиенту, иногда сводя все к шутке.
- б) Принимаете это обращение как должное и выполняете просьбу клиента.
- в) Не вступаете с клиентом в полемику, однако своим поведением показываете, что он Вас оскорбил.
- г) «Платите» ему той же монетой, заранее имея ироничный ответ.

27. Как вы относитесь к клиентам, носящим белые носки и черную обувь:

- а) Считаю, что это очень модные люди.
- б) Не думаю, что это очень красиво, хотя, пожалуй, такой стиль – их личное дело.
- в) Полагаю, что эти люди не отличаются изысканным вкусом.

28. Что бы Вы предпочли на работе:

- а) Удобство и легкость замшевой или матерчатой обуви.
- б) Красоту лакированной обуви.
- в) Не имеет значения, главное чистота обуви.

29. Какую обувь следует предпочесть для работы:

- а) Открытую.
- б) Закрытую.

30. Как Вы относитесь к возможному требованию руководства гостиницы в летнее время работать в колготках или чулках:

- а) Это не принципиальный вопрос и мне он безразличен.
- б) Положительно.
- в) В общем отрицательно, так как колготки и чулки, вероятно, не будут входить в предоставляемую бесплатно униформу.

г) Крайне отрицательно, так как в нашем климате это невозможно.

31. Считаете ли вы обязательным для женского персонала гостиницы удаление волос на ногах:

- а) Считаю.
- б) Не считаю.
- в) Это личное дело женщины.

32. Можно ли сотруднице гостиницы старше 40 лет не использовать на работе даже легкий макияж:

- а) Конечно, ведь это ее личное дело.
- б) Она не должна выделяться из остального персонала, поэтому макияж обязателен.

33. Можно ли носить на работе дорогие ювелирные украшения:

- а) Можно без ограничений.
- б) Можно, если они не вызывающе дороги.
- в) Можно, но только в случае ожидаемого прихода высокопоставленных клиентов.
- г) Нельзя.

34. Можно ли носить на работе украшения на руках:

- а) Можно не более одного простого кольца на каждой руке.
- б) Можно не более двух колец на каждой руке.
- в) Можно не более двух колец, но только на одной руке.
- г) Нельзя.

35. Можно ли на работе носить очки на цепочке:

- а) Можно
- б) Нежелательно.
- в) Нельзя.

36. Можно ли на работе носить висячие серьги:

- а) Можно.
- б) Можно, но только молодым женщинам.
- в) Можно в особо торжественных случаях.
- г) Нельзя.

37. Считаете ли Вы, что любые указания Вашего непосредственного начальника обязательны для исполнения:

- а) Да, без обсуждения.
- б) Иногда необходимо откорректировать его указания и сделать немного по-своему, так как начальник не учитывает некоторые нюансы работы.
- в) Часто его указания носят субъективный характер и не помогают устранению недостатков, поэтому можно лишь имитировать их исполнение.
- г) Прежде чем выполнять указания начальника, следует согласовать с ним все особенности предполагаемых изменений, так как отсутствие у начальника информации о возможных изменениях, возникающих в результате выполнения его указаний, может навлечь на вас его гнев.

38. Когда Вы здороваетесь с клиентом, нужно ли смотреть ему прямо в глаза:

- а) Да.
- б) Нет.
- в) Нужно бегло посмотреть на лицо гостя и перевести взгляд в сторону.

39. Обязательно ли улыбаться клиенту при первой встрече с ним:

- а) Да.
- б) В зависимости от Вашего расположения к нему.
- г) Не обязательно.

40. Когда на работе Вы набираете номер телефона, есть ли у Вас в голове четкий план предстоящего разговора:

- а) Есть.
- б) Не всегда.
- в) Нет.

41. Когда вы поднимаете трубку звонящего телефона, Вы говорите первые слова:

- а) Гостиница.
- б) Кто говорит?
- в) Кто Вам нужен?
- г) Здравствуйте. Гостиница «Х». Менеджер (называете свое имя).
- д) Слушаю.
- е) Але.
- ж) Говорите другие слова.

42. Считаете ли Вы, что Ваши первые слова в ответ на телефонный звонок определяют имидж гостиницы:

- а) Да.
- б) Отчасти.
- в) Нет, потому что имидж гостиницы это гораздо больше, чем ответ на единичный звонок.

43. Позвонив клиенту, Вы:

- а) Представляетесь от имени гостиницы.
- б) Представляетесь собственным именем, указываете должность и название гостиницы.
- в) Представляетесь по должности и названию гостиницы.
- г) Представляетесь, но не всегда.

44. Находясь на рабочем месте, после какого звонка Вы обычно поднимаете телефонную трубку:

- а) Сразу после первого.
- б) После второго-третьего, так как возможно несрабатывание связи.
- в) Как только освобождаюсь от предшествующей звонку работы.

45. Подстраиваетесь ли Вы под темп, тембр голоса, манеру разговора Вашего незнакомого телефонного собеседника:

- а) Нет, так как я имею достаточно выраженную индивидуальность.
- б) Смотря по обстоятельствам.
- в) Подстраиваюсь, так как это работает на авторитет гостиницы.

46. Когда Вы закончили телефонный разговор с клиентом, как вы поступаете:

- а) Сразу кладете трубку.
- б) Ждете коротких гудков и затем кладете трубку.
- в) Не задумывались над этим, так как это не существенно.

47. Разговаривая с незнакомым человеком по телефону, можете ли Вы определить его примерный возраст:

- а) Да.
- б) Нет.
- в) Часто ошибаюсь.

48. Разговаривая с незнакомым человеком по телефону, можете ли Вы определить его профессию:

- а) Да.
- б) Нет.
- в) Далекое не всегда.

49. Если Вы позвонили, но во время телефонного разговора с абонентом, который знает Ваш номер, произошло разъединение, Вы:

- а) Ждете его звонка.
- б) Звоните ему снова.
- в) Действуете по обстоятельствам.

50. Можете ли Вы сказать, что никогда не использовали служебный телефон в личных целях:

- а) Могу.
- б) Не могу.
- в) Не желаю отвечать на это вопрос, опасаясь ухудшения результатов тестирования.

Ключ к тесту определения профессиональной пригодности работников гостиницы

№ вопроса	Рекомендуемый ответ	№ вопроса	Рекомендуемый ответ	№ вопроса	Рекомендуемый ответ
1	а	19	б	37	а
2	а	20	а	38	а
3	в	21	д	39	а
4	б	22	б	40	а
5	в	23	г	41	г
6	б	24	б	42	а
7	б	25	а	43	б
8	а	26	б	44	а
9	в	27	в	45	б
10	б	28	б	46	а
11	б	29	б	47	а
12	а	30	б	48	в
13	б	31	а	49	б
14	б	32	а	50	б
15	а	33	г		
16	а	34	б		
17	а	35	а		
18	г	36	г		

Вопросы к зачету

1. Понятие клиентоориентированного сервиса.
2. Понятие технологии активных продаж гостиничных продуктов.
3. Факторы, влияющие на эффективность продаж гостиничных продуктов.
4. Методы анализа рынка гостиничных услуг, как основа повышения эффективности продаж.
5. Понятие «Организация обслуживания населения», его составные части.
6. Основные этапы обслуживания потребителей в турагентских предприятиях.
7. Сущность понятия «качество услуг». Составляющие качества оказания услуг в гостиничных фирмах.
8. Ритуалы на предприятиях туристической индустрии. Актуальность ритуального подхода к деятельности персонала в клиентской зоне. Значимость сервисных ритуалов в современных условиях.
9. «Петля качества». Характеристики основных входящих элементов.
10. Понятие услуги. Отличительные характеристики услуги. Семь «не» (на конкретных примерах).
11. Соотношение восприятия и ожидания клиента. Основные формулы восприятия и ожидания и их сущность.
12. Специфика обслуживания клиентов по телефону. Основные правила.
13. Типология клиентов в индустрии туризма. Отличительные особенности.
14. «Страхи» потенциальных клиентов гостиниц и методы их преодоления.
15. Эволюция развития CRM (Customer Relationship Management).
16. Современные стандарты обслуживания клиентов гостиниц.
17. Условия возникновения конфликтной ситуации и меры по урегулированию конфликтов.
18. Потребительская лояльность клиентов гостиниц.
19. Эмоциональная лояльность потребителей.
20. Иерархия эмоций потребителя.
21. Ценность как основа стратегии работы с клиентами.
22. Виды продаж в индустрии туризма.
23. Правила продаж в индустрии туризма.
24. Групповые продажи. Отличительные особенности и технология.
25. Понятие презентации. Цели презентации. Принцип «AIDA».
26. Вопросы в продажах. Техника постановки вопросов в продажах.
27. Возражения как препятствие к сотрудничеству с клиентами. Ложные и истинные возражения.
28. Анализ продаж. Современные методики.
29. Оборудование для оказания гостиничных услуг.
30. Принципы и методы формирования эффективного менеджера по продаже гостиничных услуг.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию доклада

Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки доклада: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания доклада:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы. Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Используются информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или не последовательна. Используются 1-2 профессиональных термина. Используются информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствуют выводы.
«неудовлетворительно»	Тема доклада не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50 %;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Басовский, Л.Е. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 233 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=939196>

2. Ключевская, И. С. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.С. Ключевская. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 236 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/982200>

3. Муртузалиева, Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 166 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937237>

4. Прончева, О. К. Клиентоориентированные технологии в гостиничном сервисе [Электронный ресурс]: учебное пособие / О. К. Прончева. - Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2015. - 72 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75021.html>

5. Семенова, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров / Л.В. Семенова, В.С. Корнеев, И.И. Драгилова. - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 205 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75217.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Соловьев, Б.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Б.А. Соловьев. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 336 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=608883>

2. Скобкин, С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016. - 496 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/554704>

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://window.edu.ru>

2. Единый информационно-справочный ресурс индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] - Режим доступа: NoReCa.ru.

3. Социальная сеть профессиональных контактов НП «Гильдия маркетологов» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.marketologi.ru>

4. Сайт Российской ассоциации маркетинга [Электронный ресурс] - Режим доступа <http://www.ram.ru>

5. Электронный журнал «Вестник РАТА» [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http:// www.ratanews.ru](http://www.ratanews.ru)

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
Тема 1. Основы клиентоориентированного сервиса Цели и задачи клиентоориентированного сервиса	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Тема 2. Эффективное взаимодействие с клиентами гостиницы: понятие и основные технологии Современное состояние и перспективы развития методов сервисной деятельности в туризме. Понятие эффективного взаимодействия с клиентами.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Тема 3. Актуальные аспекты обслуживания потребителей Психология обслуживания клиентов. Психологические типы клиентов. Типология клиентов на основе современных теорий мотивации.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3

		систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)		
Тема 4. Технология продаж услуг на предприятиях индустрии туризма Персональные продажи и их значение в маркетинговой деятельности предприятия туризма.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3
Тема 5. CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) в индустрии туризма. Алгоритм продаж. Анализ продаж, современные методики. Телефонные продажи в индустрии туризма. Эффективная презентация услуг на предприятиях индустрии туризма.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-4 ПКУВ-3

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Наименование программного обеспечения, производитель	Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)
Операционная система «Windows»	Договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015
Adobe Reader	Бесплатно, бессрочный
К-Lite Codec Pack, Codec Guide	Бесплатно, бессрочный
7-zip.org	GNU LGPL
Офисный пакет WPSOffice	Свободно распространяемое ПО

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
Учебные аудитории для	Переносное мультимедий-	1. Операционная система

<p>проведения занятий лекционного типа: № ауд. 3-12, 3-15, 3-17, 3-19, 3-20, 3-22, адрес: г. Майкоп, ул. Пушкина 177.</p> <p>Аудитории для занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 3-11, 3-12, 3-15, 3-16, 3-17, 3-19, 3-20, 3-22, адрес: г. Майкоп, ул. Пушкина 177.</p> <p>Компьютерный класс: ауд. 3-2 адрес: г. Майкоп, ул. Пушкина 177.</p>	<p>ное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 12 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет.</p>	<p>«Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-Lite Codec»; 2. Офисный пакет «WPS Office»; 3. Программа для работы с архивами «7zip»; 4. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe Reader»
<p>Помещения для самостоятельной работы</p>		
<p>Учебные аудитории для самостоятельной работы: ауд. 3-11, 3-16 адрес: г. Майкоп, ул. Пушкина 177.</p> <p>Читальный зал: ул. Первомайская, 191, 3 этаж.</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 12 посадочных мест, оснащенный компьютерами Pentium с выходом в Интернет.</p> <p>Читальный зал имеет 60 посадочных мест, оснащен 15 компьютерами с выходом в Интернет, специализированной мебелью, стационарным мультимедийным оборудованием, оргтехникой.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение: 1. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-Lite Codec»; 2. Офисный пакет «WPS Office»; 3. Программа для работы с архивами «7zip»; 4. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobe Reader»