

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра гостиничного дела

**ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ И ПРОДАЖ В СФЕРЕ
ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

*Методические указания
для выполнения контрольной работы
студентами направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»
профиль 43.03.03.31 «Гостинично-ресторанная деятельность»
заочной формы обучения*

Красноярск 2022

Технология продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания: методические указания к выполнению контрольной работы для студентов направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» заочной формы обучения / сост. доцент, канд. техн. наук А. М. Тимофеева. – Красноярск: СФУ, 2022. - 11 с.

© ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», 2022

1 Порядок выполнения, содержание и выбор варианта контрольной работы

Контрольная работа по курсу состоит из двух теоретических вопросов и практического задания.

Теоретические вопросы контрольной работы раскрываются на основе изучения рекомендуемой литературы по дисциплине. Важно изучить не только учебную литературу, но и нормативно-правовые документы, периодические издания по рассматриваемым вопросам.

Собранный материал необходимо систематизировать и обработать. Изложение вопросов контрольной работы должно быть последовательным и взаимосвязанным. Не допускается дословное переписывание литературы. По тексту контрольной работы необходимо дать ссылки на использованные источники литературы.

Контрольная работа выполняется в соответствии с вариантом задания, который выбирается студентом самостоятельно по последним двум цифрам номера зачетной книжки, таблица 1.

Таблица 1 – Выбор варианта контрольной работы

Предпоследняя цифра номера зачетной книжки	Последняя цифра номера зачетной книжки									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5
2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5
4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	11	12	13	14	15	11	12	13	14	15
6	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	11	12	13	14	15	11	12	13	14	15
8	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5

Контрольная работа оформляется в соответствии со стандартом университета СТУ 7.5–07–2021 «Общие требования к построению, изложению и оформлению документов учебной деятельности» и должна соответствовать следующим требованиям:

- титульный лист к контрольной работе оформляют в соответствии с приложением А;

- контрольная работа выполняется печатным способом на одной стороне листа белой бумаги формата А4 шрифтом Times New Roman размером 14, межстрочный интервал принимают полуторный;

- в тексте работы выдерживаются поля: слева – 30 мм, справа – 10 мм, сверху и снизу – 20 мм;

- абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту документа и равен 12,5 мм.

- страницы должны быть пронумерованы в центре нижней части листа арабскими цифрами, шрифтом Times New Roman 14 размера;

- титульный лист текстового документа включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляют;

- приводимые в работе иллюстрации (схемы, рисунки), должны быть выполнены четко и аккуратно, иметь подрисуночную подпись;

- заголовки структурных элементов «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ», «ПРИЛОЖЕНИЕ» располагают посередине строки без абзацного отступа и печатают прописными буквами полужирным шрифтом. Заголовки отделяют от текста интервалом в одну строку, не подчеркивают и не нумеруют.

Список использованных источников приводится в конце контрольной работы. Правила оформления библиографических ссылок составляют согласно СТУ 7.5–07–2021.

При выполнении контрольной работы рекомендуется следующая структура:

Титульный лист

Содержание

1 Название первого теоретического вопроса

2 Название второго теоретического вопроса

3 Практическое задание

Список использованных источников

Каждый вопрос необходимо раскрывать на новой странице, в начале каждого вопроса указывается его заглавие.

Готовая работа скрепляется в папку.

Контрольная работа выполняется студентом в межсессионный период и сдается на кафедру гостиничного дела за неделю до начала экзаменационной сессии для регистрации и проверки. Работа, выполненная в полном объеме и в соответствии с предъявляемыми требованиями, допускается к защите. Зачтенная контрольная работа служит основанием для допуска студента к экзамену.

2 Варианты контрольной работы

Вариант 1

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Сущность и задачи продаж, современный рынок гостиничных услуг, его характеристика.
2. Технологии и инструменты интернет-маркетинга: цели, ключевые направления. Роль интернет-маркетинга в бизнесе.
3. Практическое задание:
Составьте план проведения рекламной компании для выбранного предприятия сферы гостеприимства. При подготовке ответа на задание рекомендуется использовать различные виды рекламы.

Вариант 2

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Этапы процесса продаж в сфере гостеприимства и общественного питания, их краткая характеристика.
2. Нетрадиционные каналы интернет-маркетинга.
3. Практическое задание:
Предложите варианты интернет-продвижения для конкретной гостиницы (на выбор студента). При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие направления: SEO-оптимизация, контент-маркетинг, e-mail маркетинг, контекстная и таргетированная реклама и другие.

Вариант 3

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Первый этап в процессе продаж в сфере гостеприимства и общественного питания - поиск клиентов. Методики поиска клиентов, их характеристика.
2. Способы продвижения сайта и привлечения посетителей на сайт гостиничного предприятия.
3. Практическое задание:
Предложите варианты использования нетрадиционных каналов интернет-продвижения для выбранной гостиницы. При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие каналы: мобильные технологии, интернет-выставки, промо-игры и викторины, вирусный маркетинг, дополненная реальность и другие.

Вариант 4

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Установление контакта продавца с покупателем: каналы, уровни и их подробная характеристика.
2. Продвижение в социальных сетях: назначение, SMM-стратегия компании, анализ эффективности интернет-маркетинга.
3. Практическое задание:

Предложите способы продвижения и привлечения посетителей на сайт конкретной гостиницы (на выбор студента). При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие способы: SEO-оптимизация, регистрация в каталогах и рейтингах, использование социальных сетей, онлайн-бронирование, рассылка пресс-релизов и другие.

Вариант 5

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Типы покупателей. Категории покупателей. Концепция психотипов личностей К. Юнга. Индивидуальный подход к клиенту.

2. Продвижение предприятий сферы гостеприимства и общественного питания в мессенджерах.

3. Практическое задание:

Предложите способы продвижения и привлечения посетителей на сайт конкретной гостиницы (на выбор студента). При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие способы: SEO-оптимизация, регистрация в каталогах и рейтингах, использование социальных сетей, онлайн-бронирование, рассылка пресс-релизов и другие.

Вариант 6

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Социальные стили, их подробная характеристика. Рекомендации по работе с людьми каждого из социальных стилей. Общие позиции в стилях.

2. Особенности разработки и проектирования структуры, содержания и дизайна сайта для гостиниц.

3. Практическое задание:

Предложите варианты интернет-продвижения для конкретной гостиницы (на выбор студента). При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие направления: SEO-оптимизация, контент-маркетинг, e-mail маркетинг, контекстная и таргетированная реклама и другие.

Вариант 7

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Анализ потребностей клиента. Техника постановки вопросов, типы вопросов. Главные принципы вопросной техники.

2. Понятие мобильного маркетинга, инструменты, достоинства и недостатки, основные направления развития.

3. Практическое задание:

Предложите варианты интернет-продвижения для конкретной гостиницы (на выбор студента). При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие направления: SEO-оптимизация, контент-маркетинг, e-mail маркетинг, контекстная и таргетированная реклама и другие.

Вариант 8

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Преодоление возражений, основные правила. Типы возражений. Поведение продавца и ответы на возражения клиента.

2. Фирменный стиль гостиничного предприятия и особенности его разработки.

3. Практическое задание:

Предложите варианты использования нетрадиционных каналов интернет-продвижения для выбранной гостиницы. При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие каналы: мобильные технологии, интернет-выставки, промо-игры и викторины, вирусный маркетинг, дополненная реальность и другие.

Вариант 9

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия: понятие, ее составляющие.

2. E-mail маркетинг: понятие, особенности, технологии и инструменты. Правила написания писем.

3. Практическое задание:

Предложите способы продвижения и привлечения посетителей на сайт конкретной гостиницы (на выбор студента). При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие способы: SEO-оптимизация, регистрация в каталогах и рейтингах, использование социальных сетей, онлайн-бронирование, рассылка пресс-релизов и другие.

Вариант 10

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Каналы сбыта гостиничных услуг.

1. Вирусный маркетинг: понятие, примеры, цели.

3. Практическое задание:

Составьте план проведения рекламной компании для выбранного предприятия сферы гостеприимства. При подготовке ответа на задание рекомендуется использовать различные виды рекламы.

Вариант 11

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Стимулирование продаж гостиничных продуктов.

2. Seo-оптимизация: понятие, цель, задачи, функции, виды. Семантическое ядро сайта.

3. Практическое задание:

Предложите варианты использования нетрадиционных каналов интернет-продвижения для выбранной гостиницы. При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие каналы: мобильные технологии,

интернет-выставки, промо-игры и викторины, вирусный маркетинг, дополненная реальность и другие.

Вариант 12

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Реклама в индустрии гостеприимства - роль, значение и виды.
2. Анализ потребностей клиента. Техника постановки вопросов, типы вопросов. Главные принципы вопросной техники.
3. Практическое задание:

Предложите варианты интернет-продвижения для конкретной гостиницы (на выбор студента). При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие направления: SEO-оптимизация, контент-маркетинг, e-mail маркетинг, контекстная и таргетированная реклама и другие.

Вариант 13

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Позиционирование гостиничных продуктов и услуг.
2. Digital-маркетинг и электронный бизнес понятия, их взаимосвязь, преимущества.
3. Практическое задание:

Составьте план проведения рекламной компании для выбранного предприятия сферы гостеприимства. При подготовке ответа на задание рекомендуется использовать различные виды рекламы.

Вариант 14

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Прямые и агентские продажи.
2. Основные инструменты маркетинга и рекламы в сети Интернет.
3. Практическое задание:

Предложите способы продвижения и привлечения посетителей на сайт конкретной гостиницы (на выбор студента). При подготовке ответа на задание могут быть использованы следующие способы: SEO-оптимизация, регистрация в каталогах и рейтингах, использование социальных сетей, онлайн-бронирование, рассылка пресс-релизов и другие.

Вариант 15

Подготовить письменный ответ на следующие вопросы:

1. Сайт гостиничного предприятия как элемент продвижения гостиничных продуктов и услуг.
2. Применение инструментов интернет-маркетинга в продвижении гостиничного предприятия.
3. Практическое задание:

Составьте план проведения рекламной компании для выбранного предприятия сферы гостеприимства. При подготовке ответа на задание рекомендуется использовать различные виды рекламы.

3 Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для вузов (уровень бакалавриата) / М. В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016. - 347 с.
2. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 338 с.
3. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учебное пособие / Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2018. - 176 с.
4. Иванова, С. В. Продажи на 100%: Эффективные техники продвижения товаров и услуг : практическое пособие / С. В. Иванова. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 278 с.
5. Продвижение продукции и услуг общественного питания : учебно-методическое пособие / А. С. Попова, Т. Л. Камоза, О. А. Яброва, Г. А. Губаненко ; Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т. - Электрон. текстовые дан. (pdf, 1,4 Мб). - Красноярск : СФУ, 2020. - 59 с.
6. Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. - Москва : "Дашков и К", 2016. - 204 с.
7. Сулова, Ю. Ю. Маркетинг : учебное пособие / Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2018. - 380 с.

Дополнительная литература

8. Ветитнев, А. М. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг / А. М. Ветитнев, Я. А. Ашкинадзе. - 2, стереотипное. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 160 с.
9. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства : учеб. пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. - 2-е изд., испр. - М. : Academia, 2005. - 224 с.
10. Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : Учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, . - Саратов : Профобразование, 2019. – 98 с.
11. Захарова, Ю. А. Стратегии продвижения товаров / Ю. А. Захарова. - М. : Дашков и К, 2010. - 157 с.
12. Казаков, С. П. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме : монография / С. П. Казаков. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 98 с.
13. Лиджи-Горяева, Б. Б. Анализ зарубежного опыта цифрового маркетинга в сфере туризма и гостеприимства / Б. Б. Лиджи-Горяева. - (Зарубежный опыт). - Текст : непосредственный // Маркетинг в России и за рубежом. - 2021. - № 4. - С. 92-100.

14. Маркетинговая политика организаций: теория, методология и практика [Текст] : коллективная монография / О. А. Артемьева [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой ; Фин. ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. - 216 с.

15. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : монография / О.С. Сухарев ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 1. - Москва : ООО "КУРС", 2019. - 352 с.

16. Технологии продвижения и продаж в гостиничном бизнесе : методические рекомендации / сост. Л. М. Романова. — Сочи : СГУ, 2019. — 32 с.

Перечень информационных справочных систем

1. Электронно-библиотечная система «СФУ» [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающей в фонд СФУ и библиотек-партнеров. - Красноярск, [2006]. – Режим доступа: <http://bik.sfu-kras.ru/>.

2. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань» [Электронный ресурс]: база данных содержит коллекцию книг, журналов и ВКР. – Санкт-Петербург, [2011]. - Режим доступа: <http://e.lanbook.com/>

3. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM (ИНФРА-М) [Электронный ресурс]: база данных содержит учебные и научные издания. – Москва, [2011] . - Режим доступа: <http://www.znanium.com/>

4. Научная Электронная Библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о научных публикациях на русском языке. – Москва, [1999]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>.

