СОГЛАСОВАНА

решением Ученого совета
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
(протокол от «25» декабря 2025 г. № 7)

УТВЕРЖДЕНА

приказом ректора
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
от «30» декабря 2025 г. № 59

Рабочая программа дисциплины
«Технологии продаж гостиничного продукта»

направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль)
Управление в гостиничном бизнесе

уровень образования
высшее образование - бакалавриат

форма обучения
очно-заочная

год набора
2026

Санкт-Петербург
2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат
029D2AE30011B46997424A3587152A1CB0
Действителен с 18.03.2026 по 18.06.2027
Владелец АНО ВО "МБИ ИМЕНИ АНАТОЛИЯ СОБЧАКА"

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ 3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 3
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ* 4
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 7
5.1 Рекомендуемая литература 7
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства 7
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД) 8
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 8
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 8
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 9

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	формирование у обучающихся профессиональных компетенций в области организации и управления процессом продаж в индустрии гостеприимства, развитие навыков применения современных технологий продаж, управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), использования цифровых инструментов и сервисных технологий, формирования лояльности потребителей, повышения эффективности продаж гостиничных, ресторанных и туристских услуг в условиях цифровой трансформации экономики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Технологии продаж гостиничного продукта» относится к Блоку 1 учебного плана образовательной программы

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.2. Способен применять современное программное обеспечение для решения профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания.	***Знать:*** современные технологии продаж, цифровые платформы, CRM-системы, системы онлайн-бронирования и программное обеспечение, используемое в гостиничном, ресторанном и туристском бизнесе. ***Уметь:*** использовать современные информационные технологии, программные продукты и цифровые сервисы при организации процесса продаж и взаимодействии с клиентами. ***Владеть:*** навыками применения современных цифровых инструментов, CRM-систем и программного обеспечения для повышения эффективности продаж услуг индустрии гостеприимства.
ПК-4 Способен применять современные технологии организации ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания, с использованием интернет-продвижения	ПК-4-1. Способен выбирать современные технологии формирования ценовой и сбытовой политики с учётом специфики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания.	***Знать:*** современные подходы к формированию ценовой политики в гостиничном и ресторанном бизнесе, методы ценообразования (затратный, рыночный, динамический, дифференцированный), специфику сегментации рынка в индустрии гостеприимства, каналы сбыта гостиничного продукта (прямые продажи, онлайн-агрегаторы, туроператоры, корпоративные контракты), инструменты продвижения и стимулирования сбыта, особенности сезонной и

		событийной динамики спроса, отраслевые бенчмарки и конкурентную среду, принципы работы систем динамического ценообразования и PMS-систем, основы анализа эластичности спроса и влияния ценовых решений на загрузку и доходность. ***Уметь:*** анализировать рыночную ситуацию и конкурентное окружение для выбора оптимальной ценовой стратегии, сегментировать клиентскую базу и подбирать соответствующие ценовые предложения, применять модели динамического и дифференцированного ценообразования с учётом загрузки, сезона и категории гостей, выбирать и комбинировать каналы сбыта в зависимости от целевой аудитории и продукта, оценивать эффективность разных каналов продаж и корректировать сбытовую политику, рассчитывать влияние ценовых изменений на ключевые финансовые показатели (RevPAR, ADR, Occupancy), адаптировать ценовую и сбытовую стратегию под специфику объекта (бутик-отель, хостел, курортный комплекс, ресторан), интерпретировать данные аналитики для принятия управленческих решений по продажам. ***Владеть:*** навыками работы с системами управления доходностью (RMS) и гостиничными PMS-системами для настройки тарифов и контроля продаж, проведения конкурентного анализа (мониторинг цен, условий бронирования, акций), формирования тарифной сетки и специальных предложений, оценки эффективности каналов сбыта (CAC, конверсия, доля канала), применения инструментов онлайн-продвижения (агрегаторы, соцсети, контекстная реклама) в связке со сбытовой политикой, расчёта ключевых метрик доходности и загрузки, разработки и презентации обоснованных предложений по ценовой и сбытовой политике для руководства, коммуникации с партнёрами и каналами сбыта для согласования условий сотрудничества, анализа отзывов и поведенческих данных гостей для

		корректировки ценовых и сбытовых решений.
	ПК-4.2. Способен использовать инструменты интернет-продвижения для реализации сбытовой стратегии и повышения эффективности продаж в сфере гостеприимства и общественного питания.	***Знать:*** основные каналы и инструменты интернет-продвижения в сфере гостеприимства и общественного питания (SEO, контекстная реклама, таргетированная реклама, соцсети, email-маркетинг, агрегаторы, метапоисковики), принципы построения воронки продаж в онлайн-среде, особенности целевой аудитории в гостиничном и ресторанном бизнесе, метрики эффективности интернет-продвижения (CTR, CPC, CAC, конверсия, ROMI), правила оформления и подачи контента для онлайн-площадок, требования агрегаторов и площадок к карточкам объектов и меню, основы веб-аналитики (Яндекс Метрика, Google Analytics), базовые принципы UX/UI для посадочных страниц и бронирования, нормативные аспекты онлайн-продаж и обработки персональных данных. ***Уметь:*** подбирать подходящие инструменты интернет-продвижения под цели и специфику объекта (отель, хостел, ресторан, курорт), настраивать и оптимизировать рекламные кампании (в т. ч. в Яндекс Директе, VK Рекламе), работать с карточками объектов на агрегаторах и поддерживать их актуальность, формировать контент-планы и готовить тексты, фото и видео для онлайн-продвижения, выстраивать коммуникацию с гостями через соцсети и мессенджеры в рамках сбытовой стратегии, настраивать email-рассылки и сегментировать базу гостей, интерпретировать данные веб-аналитики и корректировать продвижение на основе показателей, интегрировать онлайн-каналы с внутренними системами бронирования и CRM, оценивать рентабельность рекламных каналов и перераспределять бюджет между ними. ***Владеть:*** навыками работы с рекламными кабинетами и инструментами продвижения (Яндекс Директ, VK Реклама, MyTarget), управления карточками на

		агрегаторах (Booking, Ostrovok, 101Hotels и др.) и отслеживания рейтинга, настройки целей и событий в системах веб-аналитики, создания продающих текстов и визуалов для онлайн-каналов, использования CRM и PMS для сегментации гостей и персонализации предложений, проведения A/B-тестов рекламных объявлений и посадочных страниц, расчёта и анализа ключевых метрик эффективности продвижения, координации с подрядчиками и внутренними отделами по вопросам интернет-продвижения, формирования отчётов по эффективности каналов и обоснования рекомендаций по оптимизации бюджета, работы с отзывами и репутационным менеджментом как частью интернет-продвижения.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

№	Номер и наименование разделов/тем	Содержание дисциплины	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	СРО
1	Теоретические основы технологий продаж в индустрии гостеприимства	Понятие и сущность продаж в индустрии гостеприимства. Особенности продаж гостиничных, ресторанных и туристских услуг. Современные модели продаж. Этапы процесса продажи. Роль сервиса в формировании потребительской ценности.	1	1		16
2	Потребительское поведение и психология продаж	Потребительское поведение. Потребности и мотивы клиентов. Типология покупателей. Технологии выявления потребностей. Формирование доверия и установление контакта с клиентом.	1	1		16
3	Технологии личных продаж и клиентского сервиса	Современные технологии личных продаж. Этапы проведения переговоров. Презентация услуг. Работа с возражениями. Завершение продажи. Стандарты обслуживания клиентов в индустрии гостеприимства.	1	1		16
4	Цифровые технологии продаж	Онлайн-продажи. CRM-системы. Системы бронирования. Омниканальные продажи. Использование искусственного интеллекта, чат-ботов и цифровых платформ в организации продаж.	1	1		16

5	Продажи гостиничных услуг	Особенности реализации гостиничных услуг. Технологии продаж дополнительных услуг. Upselling и Cross-selling. Работа с постоянными клиентами. Программы лояльности гостиничных предприятий.	1	1		16
6	Продажи услуг предприятий общественного питания	Организация продаж ресторанных услуг. Технологии активных продаж. Продвижение специальных предложений. Продажа банкетных и кейтеринговых услуг. Формирование клиентской лояльности.	1	1		16
7	Продажи туристских продуктов	Особенности реализации туристского продукта. Консультирование клиентов. Онлайн- и офлайн-продажи. Работа с корпоративными клиентами. Документальное сопровождение процесса продажи.	1	1		16
8	Оценка эффективности продаж и управление взаимоотношениями с клиентами	KPI продаж. Воронка продаж. Анализ эффективности работы отдела продаж. Управление клиентским опытом (Customer Experience). Разработка стратегии повышения эффективности продаж.	1	1		16
Форма контроля: экзамен						36
Итого			8	8	—	128

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторныхработ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, местои год издания, кол. стр.)	**Электронные ресурсы**
Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 212 с	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/598757
Макринова Е. И.,Симонова Т.Ю., Святая Е.О. Технологии продаж в туризме и гостеприимстве, 2022 .- 180 стр.	Научная библиотека [сайт]. — URL:https://znanium.ru/catalog/document?id=442995
Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник для вузов / И. М. Лифиц. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 374 с.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode

	/582481

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- LibreOffice
- Офисное приложение - Р7-Офис;
- Антивирус - Kaspersky Endpoint Security

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Юрайт - https://urait.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ - https://www.garant.ru/

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

Аудитория для проведения занятий лекционного типа

Специализированная мебель, учебно-наглядные пособия и технические средства обучения: динамики, проектор, экран, ноутбук/ПК

Аудитория для проведения занятий семинарского типа

Специализированная мебель для деловых игр, наборы демонстрационного оборудования, макеты, наглядные учебные пособия. Технические средства обучения: системный блок, монитор, клавиатура, мышь, телевизор.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со ***следующими*** документами:

– учебно-методической документацией;

– локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;

– графиком консультаций сотрудников профессорско- преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях ***семинарского*** типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям, обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-***преподавательского*** состава согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на ***формирование***:

– фундаментальных основ мировоззрения, обучающихся и естественнонаучного познания;

– базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую ипрофессиональную основу для подготовки кадров;

– профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;

– индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций, дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемыепредставителями рынка труда;

– метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Институт обеспечивает:

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.