



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

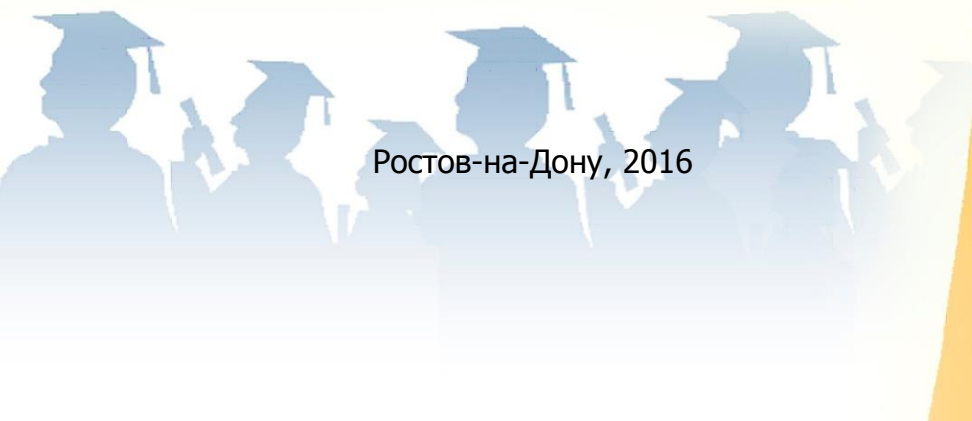
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ к дисциплине

«Технологии продвижения в гостиничном бизнесе»

для студентов заочной формы обучения

Автор
Волохова В.Ю.

Ростов-на-Дону, 2016



Аннотация

Методические указания предназначены для студентов направления 43.03.03 заочной формы обучения и включают в себя тематику контрольных работ, вопросы для самоподготовки и список литературы.

Автор



Кандидат экономических наук, доцент кафедры
«Сервис, туризм и
индустрия гостеприимства»
Волохова В.Ю.





Оглавление

Контрольные задания	4
Варианты контрольных заданий	4
Вопросы для самоподготовки	7
Литература	8

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

По дисциплине «Технологии продвижения в гостиничном бизнесе» учебным планом подготовки бакалавров заочной формы обучения предусмотрены следующие формы аттестации:

- контрольная работа,
- экзамен.

Наличие выполненной контрольной работы является обязательным условием допуска студента к экзамену.

Выбор варианта контрольного задания производится по последней цифре шифра (номера) зачетной книжки. Если последняя цифра шифра – «0», то необходимо выбрать вариант №10.

Работа должна содержать развернутые ответы на поставленные в задании вопросы.

Работа выполняется **в обычной тетради в рукописном виде**. На титульном листе обязательно указывается наименование дисциплины, фамилия и инициалы автора, шифр его зачетной книжки и номер выбранного варианта задания. Объем текста контрольной работы – не более 15 страниц рукописного текста. **Не допускается выполнение контрольной работы в печатном виде.**

Варианты контрольных заданий

Вариант 1. Личная продажа услуг в гостиничной индустрии.

- 1.1 Определение потенциальных корпоративных потребителей услуг.
- 1.2 Подготовка и проведение торговой презентации.
- 1.3 Преодоление возражений потребителей, закрытие презентации, последующая работа с клиентом.
- 1.4 Повышение производительности продаж.

Вариант 2. Телефонная продажа услуг в гостиничной индустрии.

- 2.1 Основы общения по телефону и телефонный этикет.
- 2.2 Исходящие телефонные звонки: назначение деловых встреч, продвижение услуг, установление обратной связи, обеспечение PR в гостиничной индустрии.
- 2.3 Входящие телефонные звонки: бронирование, отклики на

рекламу, поиск справочной информации.

2.4 Организация телефонных продаж гостиничных услуг.

Вариант 3. Внутренний маркетинг и продажи в гостиничной индустрии.

3.1 Определение внутреннего маркетинга и внутренних продаж на предприятии гостиничной индустрии.

3.2 Роль руководства и персонала в осуществлении внутренних продаж.

3.3 Внутренний мерчендайзинг.

3.4 Специальные услуги и продвижение на предприятиях гостиничной индустрии.

Вариант 4. Организация рекламной деятельности в гостиничной индустрии.

4.1 Необходимость рекламы в гостиничной индустрии.

4.2 Целевые сегменты рекламной деятельности в гостеприимстве.

4.3 Цели рекламы.

Вариант 5. Специфика рекламной деятельности в малой гостинице.

5.1 Организация рекламной деятельности в малых гостиницах.

5.2 Разработка плана рекламной деятельности.

5.3 Выбор рекламных средств.

Вариант 6. Применение рекламных средств в гостиничной индустрии.

6.1 Наружная реклама.

6.2 Печатная реклама.

6.3 Аудиовизуальная реклама.

Вариант 7. Продвижение услуг гостиницы в Интернете.

7.1 Поисковая оптимизация (SEO) сайта гостиницы.

7.2 Контекстная реклама гостиницы.

7.3 Партнерские и аффилиатские программы.

7.4 Реклама гостиницы в соцсетях.

Вариант 8. Public Relation и в гостиничной индустрии.

8.1 Планирование мероприятий Public Relation в гостиничной индустрии.

8.2 Организация и оценка эффективности мероприятий Public Relation.



Вариант 9. Publicity в гостиничной индустрии.

9.1 Планирование мероприятий по поддержанию имиджа в средствах массовой информации; разработка материалов по продвижению гостиничных услуг.

9.2 Отношения с прессой: участие в пресс-конференциях, реакция на публикацию ошибочной информации.

Вариант 10. Продвижение гостиничных услуг через посредников.

10.1 Продвижение гостиничных услуг через туроператоров и турагентства.

10.2 Взаимодействие с системами бронирования и резервирования.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ

(примерные вопросы для подготовки к экзамену)

1. Охарактеризовать основные тенденции развития современного гостиничного бизнеса.
2. Раскрыть сущность и содержание понятий «гостиничная услуга» и «гостиничный продукт».
3. Охарактеризовать четырехуровневую модель гостиничного продукта.
4. Дать определение жизненному циклу гостиничного продукта, охарактеризовать стадии жизненного цикла.
5. Раскрыть сущность и содержание процесса продвижения гостиничного продукта.
6. Дать определение внутреннему маркетингу гостиницы.
7. Раскрыть содержание внешнего маркетинга гостиницы.
8. Охарактеризовать базовые принципы продвижения гостиничного продукта.
9. Оценить роль подготовки различных видов печатных материалов для продвижения услуг гостиницы.
10. Охарактеризовать процесс размещения рекламы в печатных изданиях.
11. Раскрыть механизм деятельности по продвижению и рекламе средствами гостиницы.
12. Охарактеризовать продажу гостиничных услуг пакетами.
13. Оценить роль прямой почтовой рассылки.
14. Охарактеризовать использование директорий, гидов и путеводителей.
15. Раскрыть способы размещения информации о гостинице в сети Интернет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Джанджугазова, Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства [Текст] / Е. А. Джанджугазова.– М.: Академия, 2005.– 224 с.
2. Лесник, А. Л. Гостиничный маркетинг [Текст] : теория и практика максимизации продаж: учеб. пособие для вузов / А. Л. Лесник.– М. : КНОРУС, 2007.– 232 с.
3. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе [Текст]: учебно-практич. пособие / С. С. Скобкин.– М.: Экономистъ, 2003.– 224 с.
4. Барышев, А.Ф. Маркетинг в гостеприимстве [Текст] / А.Ф. Барышев. – М.: Финансы и статистика. 2007. – 160 с.
5. Исмаев Д.К. Маркетинг и управление качеством гостиничных услуг [Текст]: учеб. пособие / Д. К. Исмаев; МАТГР.– М., 2000.– 96 с.
6. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст] / Ф. Котлер.– М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005.– 1063 с.
7. Дурович, А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов [Текст]: учебное пособие / А. П. Дурович – Мн.: Новое знание, 2006. – 632 с.