



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

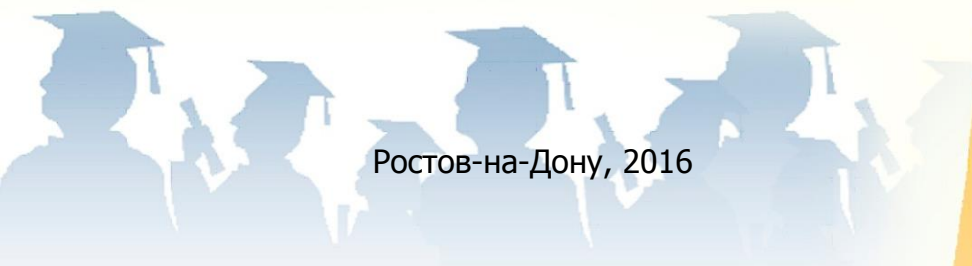
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ к дисциплине

«Технологии продвижения в гостиничном бизнесе»

для студентов очной формы обучения

Автор
Волохова В.Ю.

Ростов-на-Дону, 2016





Аннотация

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

Автор



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





Оглавление

Тематика практических занятий	4
Тема 1. Современное состояние индустрии гостеприимства	4
Тема 2. Гостиничная услуга и гостиничный продукт	4
Тема 3. Специфика гостиничного маркетинга и сбор информации	4
Тема 4. Основы сегментации рынка гостиничных услуг	4
Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование	4
Тема 6. Ценовые стратегии гостиничных предприятий	5
Тема 7. Организация работы отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии гостеприимства.	5
Тема 8. Личная продажа услуг в гостиничной индустрии.	5
Тема 9. Телефонная продажа услуг в гостиничной индустрии.	5
Тема 10. Внутренний маркетинг и продажи в гостиничной индустрии.	5
Тема 11. Продажа продукции и услуг ресторанов и баров.	6
Тема 12. Продажа банкетных залов и конференц-залов.	6
Тема 13. Организация рекламной деятельности в гостиничной индустрии.	6
Тема 14. Применение рекламных средств в гостиничной индустрии.	6
Тема 15. Public Relation и Publicity в гостиничной индустрии.	6
Вопросы для самоподготовки	7
Литература	8

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Современное состояние индустрии гостеприимства

Вопросы:

- 1.1 Роль и место гостеприимства в сфере услуг.
- 1.2 Факторы, влияющие на состояние и развитие индустрии гостеприимства.
- 1.3 Современные тенденции развития мировой индустрии гостеприимства.
- 1.4 Рынок гостиничных услуг и его компоненты.
- 1.5 Состояние рынка гостиничных услуг города Ростова-на-Дону.

Тема 2. Гостиничная услуга и гостиничный продукт

Вопросы:

- 2.1 Индустрия гостеприимства: основные понятия и составные элементы.
- 2.2 Гостиничная услуга, ее специфика и составные элементы.
- 2.3 Качество гостиничной услуги.
- 2.4 Понятие гостиничного продукта.
- 2.5 Жизненный цикл гостиничного продукта.

Тема 3. Специфика гостиничного маркетинга и сбор информации

Вопросы:

- 3.1 Специфика маркетинга в индустрии гостеприимства.
- 3.2 Понятия «Четыре Пи», «Семь Пи» и «Девять Пи» в гостиничном маркетинге.
- 3.3 Оценка конкурентоспособности предприятий гостеприимства.
- 3.4 Методы сбора маркетинговой информации.
- 3.5 Организация и проведение маркетинговых исследований

Тема 4. Основы сегментации рынка гостиничных услуг

- 4.1 Основные факторы, влияющие на поведение потребителей гостиничных услуг.
- 4.2 Сегментация рынка гостиничных услуг: понятие и принципы.
- 4.3 Целевой рынок гостиничных услуг, методика поиска целевых сегментов.
- 4.4 Позиционирование гостиничных продуктов.

Тема 5. Стратегическое маркетинговое планирование

- 5.1 Сущность стратегического маркетингового планирования.
- 5.2 Планирование целей предприятия.
- 5.3 Виды маркетинговых стратегий.

- 5.4 Выбор стратегии и разработка программы маркетинга.
- 5.5 Формирование бюджета маркетинга.

Тема 6. Ценовые стратегии гостиничных предприятий

- 6.1 Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе
- 6.2 Факторы, влияющие на цену
- 6.3 Методы ценообразования
- 6.4 Виды ценовых стратегий гостиничных предприятий

Тема 7. Организация работы отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии гостеприимства.

- 7.1 Отдел маркетинга и продаж в структуре гостиницы.
- 7.2 Должностные обязанности работников.
- 7.3 Обучение, управление, оценка деятельности и стимулирование сотрудников.
- 7.4 Налаживание системы коммуникации отдела маркетинга и продаж.
- 7.5 Оценка деятельности отдела.

Тема 8. Личная продажа услуг в гостиничной индустрии.

- 8.1 Определение потенциальных потребителей услуг.
- 8.2 Подготовка и проведение торговой презентации.
- 8.3 Преодоление возражений потребителей, закрытие презентации, последующая работа с клиентом.
- 8.4 Повышение производительности продаж.

Тема 9. Телефонная продажа услуг в гостиничной индустрии.

- 9.1 Основы общения по телефону и телефонный этикет.
- 9.2 Исходящие телефонные звонки: назначение деловых встреч, продвижение услуг, установление обратной связи, обеспечение PR в гостиничной индустрии.
- 9.3 Входящие телефонные звонки: бронирование, отклики на рекламу, поиск справочной информации.
- 9.4 Организация телефонных продаж гостиничных услуг.

Тема 10. Внутренний маркетинг и продажи в гостиничной индустрии.

- 10.1 Определение внутреннего маркетинга и внутренних продаж на предприятии гостиничной индустрии.
- 10.2 Роль руководства и персонала в осуществлении внутренних продаж.
- 10.3 Внутренний мерчендайзинг.
- 10.4 Специальные услуги и продвижение на предприятиях

гостиничной индустрии.

Тема 11. Продажа продукции и услуг ресторанов и баров.

- 11.1 Позиционирование ресторанов и баров.
- 11.2 Мерчендайзинг блюд и напитков.
- 11.3 Продвижение продукции и услуг ресторанов и баров.
- 11.4 Деятельность по обслуживанию гостей на предприятиях питания гостиницы.

Тема 12. Продажа банкетных залов и конференц-залов.

- 12.1 Организация продаж банкетных залов.
- 12.2 Разработка плана продаж. Подготовка персонала.
- 12.3 Процедура продажи. Последующая работа с гостем.
- 12.4 Виды и методы продаж блюд и напитков.

Тема 13. Организация рекламной деятельности в гостиничной индустрии.

- 13.1 Необходимость рекламы в гостиничной индустрии.
- 13.2 Целевые сегменты рекламной деятельности в гостеприимстве.
- 13.3 Цели рекламы.
- 13.4 Организация рекламной деятельности в малых гостиницах.
- 13.5 Разработка плана рекламной деятельности.
- 13.6 Выбор рекламных средств.

Тема 14. Применение рекламных средств в гостиничной индустрии.

- 14.1 Наружная реклама.
- 14.2 Печатная реклама.
- 14.3 Прямая почтовая рассылка.
- 14.4 Аудиовизуальная реклама.
- 14.5 Реклама в сети Интернет.

Тема 15. Public Relation и Publicity в гостиничной индустрии.

- 15.1 Планирование мероприятий Public Relation в гостиничной индустрии.
- 15.2 Организация и оценка эффективности мероприятий Public Relation.
- 15.3 Publicity планирование мероприятий по поддержанию имиджа в средствах массовой информации; разработка материалов по продвижению гостиничных услуг.
- 15.4 Отношения с прессой: участие в пресс-конференциях, реакция на публикацию ошибочной информации.

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.