АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)/ПРАКТИКИ

Б1.В.03 УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ПИТАНИЯ

Автор: С.К.Миронов, ст.преподаватель

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.03.02 – Менеджмент направленность (профиль) "Ресторанное дело"

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:
Сформировать способность к проведению анализа рыночных и специфических рисков для разработки системы ценообразования объекта управления на основе анализа финансовой информации организации и текущей рыночной ситуации в целях управления процессом воздействия на потребительское поведение

План курса:

Тема 1. Организационная структура отдела продаж гостиницы.

1. Функционал Отдела Продаж.
2. Организационная структура отдела продаж.
3. Совмещение / объединение функции отдела продаж.
4. Зависимость орг. структуры Отдела Продаж гостиницы с дополнительными услугами гостиницы: конференц залы, банкетные залы, рестораны, спа, другие дополнительные услуги.

Тема 2. Виды продаж.

1. Пассивные продажи в гостиничной индустрии.
2. Активные продажи в гостиничной индустрии.
3. Proactive selling - Проактивные продажи.
4. Reactive selling - Продажи по уже совершенному действию.
5. Взаимосвязь видов продаж с орг. структурой отдела продаж, количественным показателем услуг гостиницы (номерной фонд, конференц возможности, другие дополнительные услуги).
6. Золотые Правила продаж.

Тема 3. Клиентская база.

1. Определение сегментов рынка.
2. Сегментация клиентской базы в соответствии с позиционированием гостиницы.
3. Характеристики клиента в соответствии с рыночной принадлежностью.
4. Продажи B2C .
5. Продажи B2B .
6. Взаимосвязь клиентской базы (существующей и перспективной) с орг. структурой отдела продаж гостиницы.

Тема 4. Ценообразование.

1. Цена: определение понятия.
2. Себестоимость гостиничных услуг.

3. Виды себестоимости.
4. Ценообразование по сегментам рынка (клиентской базы).
5. Виды договор на предоставление услуг гостиницы (номерной фонд) по сегментам рынка (клиентской базы).
6. Определение основных источников бронирования.
7. Структура тарифов по сегментам рынка.
8. Построение тарифной сетки в соответствии с существующей клиентской базой гостиницы.
9. Тарифные сетки гостиницы в соответствии с уровнем классификации и видам предоставляемых услуг гостиницы.

Тема 5. Управление продажами.

1. Определение основных каналов продаж для возможно максимального достижимого результата по выручке.
2. Позиционирование гостиницы на рынке для получения максимального доходного результата.
3. Факторы, влияющие на положительный результат по выручке (агентов влияния)
4. Факторы, влияющие на отрицательный результат по выручке.
5. Ценообразование при антикризисном управлении. Управление себестоимостью гостиничных услуг как возможность влияния гостиницы на ценообразование в современных рыночных условиях.
6. Управление доходами на ежегодной /ежеквартальной/ежемесячной и ежедневной основе.
7. Рынок - это самый важный фактор, оказывающий влияние на управление продажами.
8. Переформатирование гостиницы в класс выше / в класс ниже в рыночных реалиях.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины Б1.В.03 «Управление продажами на предприятии питания» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:
при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);
– при проведении занятий семинарского типа:
опрос, тестирование, эссе, практические задания;
- при проведении промежуточной аттестации:
защита итогового проекта.

Зачет с оценкой проводится в виде защиты итогового проекта.

Основная литература:

1. Лесник А.Л. Гостиничный маркетинг: Теория и практика максимизации продаж. М.: КНОРУС, 2012.
2. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Максимизация гостиничных продаж. М.: АС ПЛЮС, 2010.
3. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Стратегии конкуренции в гостиничном бизнесе. М.: Талер, 2011.

4. Лесник А.Л., Смирнова М.Н. Тарифная политика гостиничных предприятий. М.: АС ПЛЮС, 2012.
5. Макдоналд М., Данбар Я. Сегментирование рынка. М.: Дело и Сервис, 2012.