

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины ОСНОВЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ
(наименование согласно учебного плана)

Направление подготовки бакалавров 43.03.03 «Гостиничное дело»
(код) (наименование)

Профиль «Гостиничная деятельность»

Кафедра коммерции и гостеприимства
(наименование кафедры)

Цель изучения дисциплины	<ul style="list-style-type: none">- развитие у студентов личностных качеств и формирование общекультурных и профессиональных (организационно-управленческих, аналитических, научно-исследовательских) компетенций;- выработка практических навыков правил и технологий обслуживания корпоративных клиентов, методов их привлечения и удержания.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	<ol style="list-style-type: none">1. Понятие и основные отличия работы с корпоративными клиентами2. Сегментация корпоративных клиентов3. Привлечение корпоративных клиентов4. Модели продаж на b2b рынке5. Выбор эффективной модели продаж на b2b рынке6. Методика возврата ушедших корпоративных клиентов7. Программа лояльности для корпоративных клиентов8. Принципы построения работы с корпоративными клиентами
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	<p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных и профессиональных компетенций:</p> <p>ПК-6 – готовность анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы</p> <p>ПК-11 – готовность к применению инновационных технологий в гостиничной деятельности и новых форм обслуживания потребителей</p>

GDa 13

<p>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины</p>	<p>«Сервисная деятельность» «Технология гостиничной деятельности» «Маркетинг гостиничного предприятия»</p>
<p>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, относящиеся к обслуживанию корпоративных клиентов гостиничного предприятия; - методы и особенности обслуживания корпоративных клиентов гостиничных предприятий; - основные требования, предъявляемые корпоративными потребителями услуг гостиничных предприятий (ПК-6); - технологии разработки и формирования услуг для корпоративных клиентов гостиничного предприятия (ПК-6); - современные технологии оказания услуг корпоративным потребителям (ПК-11); - сущность и специфику гостиничных услуг как современной концепции управления деятельностью в условиях рынка с ориентацией на корпоративных клиентов (ПК-11) <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулировать цели, которых достигнет гостиничное предприятие за счет введения новых дополнительных услуг для корпоративных клиентов (ПК-6); - формировать гостиничный продукт (гостиничную услугу); соответствующий требованиям корпоративных потребителей (ПК-11); - анализировать эффективность оказания различного рода дополнительных гостиничных услуг с точки зрения корпоративных потребителей (ПК-6); - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию (ПК-11); - подобрать наиболее подходящие технологии оказания дополнительных услуг и формы обслуживания корпоративных потребителей, на основе требований существующих и потенциальных клиентов (ПК-11). <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами анализа и обобщения информации, полученной в результате исследования корпоративных потребителей гостиничных услуг (ПК-6, ПК-11); - способностью анализировать взаимосвязь между функциональными стратегиями компании с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-6); - навыками исследовательско-аналитической деятельности, прогнозирования и моделирования с целью разработки и реализации оптимальных управленческих решений (ПК-6); - способностью применять инструментарий стратегического маркетинга с целью выработки долгосрочных решений, стоящих перед современными

	гостиничными предприятиями (ПК-11); - навыками проведения исследования потребностей корпоративных потребителей в различных видах гостиничных услуг (ПК-11).
Используемые инструментальные и программные средства:	Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail, рабочие тетради
Формы промежуточного контроля:	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, эссе, кейсы), рейтинг-контроль
Форма итогового контроля знаний:	Зачет (устно)

Составитель

К.А.Нефёдова

Заведующая кафедрой КиГ



О. Б. Ярьсь.

Председатель учебно-методической комиссии
направления 43.03.03.

О. П. Полоцкая