



Научно-исследовательский журнал «Педагогическое образование» / *Pedagogical Education*

<https://po-journal.ru>

2025, Том 6, № 11 / 2025, Vol. 6, Iss. 11 <https://po-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / *Original article*

Шифр научной специальности: 5.8.1. Общая педагогика, история педагогики и образования (педагогические науки)

УДК 378.147

## К вопросу о формировании навыка продвижения товаров и услуг у будущих специалистов в сфере гостиничного бизнеса

<sup>1</sup> Баикина Ю.О.,

<sup>1</sup> Тюменский индустриальный университет

**Аннотация:** в статье описаны традиционные и современные способы организации учебного процесса в системе высшей школы, ориентированные на обеспечение эффективного процесса формирования актуальных навыков у будущих специалистов направления подготовки в сфере гостиничного бизнеса. Описана авторская точка зрения на содержание процесса формирования актуальных компетенций у обучающихся высшей школы.

С учетом сложившейся актуальной ситуации в секторе гостиничного бизнеса, незаполненности отрасли и наличия потенциала для трудоустройства молодежи и развития перспективного сектора экономики регионов, а также въездного туризма, вопрос о необходимости организации эффективного процесса формирования профессионально значимых качеств в процессе профессиональной подготовки остается весьма значимым. Целью статьи является анализ актуальной ситуации в системе существующего профессионального образования в сфере туризма и развития гостиничного бизнеса, описание практик формирования навыка продвижения товаров и услуг у будущих специалистов, в частности, в сфере гостиничного бизнеса. Статья раскрывает в содержательном плане важность понимания процесса формирования навыка продвижения товаров и услуг в гостиничной сфере и специфики обеспечения его реализации в процессе обучения.

Автором в качестве базовых были определены следующие исследовательские практики, среди которых анализ теоретических положений, обобщение, оценка эмпирических данных. Теоретической основой послужили подходы, раскрывающие сущность теоретических положений и концепции, посвященные описанию способов формирования актуальных профессиональных компетенций.

Теоретические аспекты, являющиеся результатом обобщения проанализированных материалов, могут послужить основой для разработки практики решения поставленных задач, а практические рекомендации и описание позитивных практик могут послужить методической копилкой для педагогов-практиков, занимающихся подготовкой профессиональных кадров в анализируемой отрасли.

В статье представлены результаты теоретико-методологического анализа существующих подходов к решению проблемы формирования актуальных профессиональных компетенций с акцентом на сферы специалистов гостиничного сектора. Автор описывает проблемы, с которыми сталкиваются педагоги и потребности работодателя. В результате изучения актуальной ситуации и существующей практики в решении поставлены задач автор описывает эффективные практики решения анализируемой проблемы.

**Ключевые слова:** формирование навыка, организация учебного процесса, продвижение товаров и услуг, сфера гостиничного бизнеса, дидактические приемы и практики

**Для цитирования:** Баикина Ю.О. К вопросу о формировании навыка продвижения товаров и услуг у будущих специалистов в сфере гостиничного бизнеса // Педагогическое образование. 2025. Том 6. № 11. С. 215 – 220.

Поступила в редакцию: 27 августа 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 26 сентября 2025 г.; Принята к публикации: 27 октября 2025 г.

## Developing product and service promotion skills in future hotel industry specialists

<sup>1</sup> Baikina Yu.O.,

<sup>1</sup> Industrial University of Tyumen

**Abstract:** this article describes traditional and modern methods of organizing the educational process in higher education, aimed at ensuring the effective development of relevant skills in future specialists in the hotel industry. The author's perspective on the process of developing relevant competencies in higher education students is presented.

Given the current situation in the hotel industry, the industry's sparse supply, and the potential for youth employment and the development of a promising sector of the regional economy, as well as inbound tourism, the need to effectively develop professionally significant skills during professional training remains highly relevant. The purpose of this article is to analyze the current situation in the system of existing professional education in tourism and the development of the hotel industry and to describe practices for developing skills in promoting goods and services in future specialists, particularly in the hotel industry. This article explores the importance of understanding the process of developing skills for promoting goods and services in the hospitality industry and the specifics of ensuring its implementation during training.

The author identified the following research practices as fundamental, including the analysis of theoretical propositions, generalization, and evaluation of empirical data. The theoretical basis was provided by approaches that reveal the essence of theoretical propositions and concepts dedicated to describing methods for developing relevant professional competencies.

The theoretical aspects resulting from the generalization of the analyzed materials can serve as a basis for developing practical solutions to the stated problems, while practical recommendations and descriptions of positive practices can serve as a methodological resource for practicing teachers involved in training professional personnel in the analyzed industry.

This article presents the results of a theoretical and methodological analysis of existing approaches to developing relevant professional competencies, with a focus on areas relevant to hotel industry specialists. The author describes the challenges faced by educators and the needs of employers. By examining the current situation and existing practices in addressing the stated objectives, the author describes effective solutions to the problem under analysis.

**Keywords:** skill development, educational process organization, product and service promotion, hotel industry, teaching methods and practices

**For citation:** Baikina Yu.O. Developing product and service promotion skills in future hotel industry specialists. Pedagogical Education. 2025. 6 (11). P. 215 – 220.

The article was submitted: August 27, 2025; Approved after reviewing: September 26, 2025; Accepted for publication: October 27, 2025.

### Введение

Профессиональная подготовка в системе высшей школы ориентирована, прежде всего, на формирование и развитие профессионально значимых качеств и навыков, актуальных для сферы, в которой будут работать будущие специалисты [8]. Несмотря на то, что разработка модели выпускника и программ подготовки реализуется с учетом потребностей работодателей, наблюдается отставание в учебных программах и их содержании в сравнении с быстро меняющимся рынком товаров и услуг, особенно это ощущается в сфере цифрового маркетинга, так необходимого для специалистов сферы услуг и рекламы, не смотря на тот факт, что объем специальной учебной литературы по исследуемой проблематике постоянно увеличивается [3]. Последнее десятилетие инструменты интернет-маркетинга все более актуальны в связи с трендом на цифровую трансформацию традиционного бизнеса и появлением новых бизнес-моделей цифрового бизнеса. Именно это и обуславливает необходимость формирования данной практики у будущих специалистов [10].

Современная образовательная среда динамична и требует от педагогов умения адаптироваться к изменениям, проявлять гибкость в подходах к обучению, осваивать новые технологии и методики, находить нестандартные решения в различных педагогических ситуациях [1, с. 274], именно это и обуславливает необходимость поисков путей решения проблемы обеспечения качества подготовки кадров и создание среды для профессионального становления личности обучающегося. При этом важно не забывать о том, что гос-

тиничная индустрия, как отмечали исследователи более десяти лет назад, этапе является одной из динамично развивающихся отраслей сферы обслуживания [6], что сохраняет свою актуальность и сегодня.

Еще одной проблемой в контексте обеспечения качества преподавания и формирования актуальных навыков у обучающихся может быть уровень подготовки профессорско-преподавательского состава (далее ППС) [7], поскольку, как правило, они являются специалистами высокого уровня в контексте науки и теоретических изысканий, но процент практиков в кадровом составе ППС высшей школы не высок, хотя и соответствует необходимым минимальным требованиям к организации обучения на базе высшей школы. Таким образом речь идет о качестве кадрового потенциала и о его содержательном компотенте. Важно помнить, что совокупность характеристик человеческих ресурсов соответствует требованиям, формирующимся во внешней и внутренней среде системы в процессе создания ее конкурентных преимуществ [4]. В нашем случае речь идет о подготовке специалистов в сфере гостиничного бизнеса, что не является исключением из общей тенденции, поскольку педагоги высшей школы обладают сильной теоретической базой, но не имеют достаточного практического опыта работы в гостиничном бизнесе или маркетинге, могут не иметь опыта работы в этой сфере совсем. Еще одной значимой проблемой обеспечения высокого уровня подготовки является вопрос мотивация обучающихся [5] и создания условий для актуализации практических навыков, полученных в рамках изученного курса. Поскольку обучение реализуется на учебных проектах, возможность опробовать полученные знания на практике, реализуя реальный рабочий проект могут быть весьма ограничены, что снижает серьезность восприятия значимости сформированного навыка [9].

К одной из основных задач любого государства в области образования относится достижение высокого уровня его качества, а именно, формирование компетенций инновационной деятельности [2], что и должно быть обеспечено в процессе получения профессионального образования.

Целью статьи является анализ актуальной ситуации в системе существующего профессионального образования в сфере туризма и развития гостиничного бизнеса, описание практик формирования навыка продвижения товаров и услуг у будущих специалистов, в частности, в сфере гостиничного бизнеса. Статья раскрывает в содержательном плане важность понимания процесса формирования навыка продвижения товаров и услуг в гостиничной сфере и специфики обеспечения его реализации в процессе обучения.

Объектом исследования – профессиональная подготовка специалистов гостиничной сферы.

Предмет исследования – методы организации эффективной системы подготовки по формированию определенных профессионально значимых навыков.

Задачи исследования:

- 1) Описать актуальное состояние исследуемой проблемы в современном научном дискурсе;
- 2) Обобщить существующие способы решения описываемой проблемы;
- 3) Провести эмпирическое исследование в форме опроса обучающихся и педагогов высшей школы, описать его результаты;
- 4) Описать направления работы по совершенствованию процесса подготовки специалистов в гостиничной сфере.

### **Материалы и методы исследований**

В качестве базовых были определены следующие исследовательские практики, среди которых анализ теоретических положений, обобщение, оценка эмпирических данных. Теоретической основой послужили подходы, раскрывающие сущность теоретических положений и концепции, посвященные описанию способов формирования актуальных профессиональных компетенций.

С целью определения основных сложностей, с которыми сталкиваются обучающиеся в процессе формирования навыка продвижения товаров и услуг нами было проведено исследование, которое предполагало раскрытие следующих аспектов: общая информация об опрашиваемых, определение и оценка текущего уровня сформированности конкретного навыка и в целом уровня подготовки в рамках будущей профессиональной деятельности; определение сложных мест.

### **Результаты и обсуждения**

В процессе проведения опроса у обучающихся высшей школы были заданы ряд вопросов для оценивания их по десятибалльной шкале. Среди них были вопросы, направленные на определение общего уровня подготовки обучающихся (Как вы оцениваете свои знания в области маркетинга и продвижения в гостиничном бизнесе по шкале от 1 до 10? Насколько вы уверены в своих способностях применять полученные знания на практике? Достаточно ли практических занятий в вашей учебной программе? Обучают ли вас использованию новых технологий в маркетинге? Преподавательскому составу были заданы ряд во-

просов для оценивания актуальности и степени современности учебных материалов с содержательным планом (Соответствует ли учебная программа, по которой вы работаете, с вашей точки зрения, потребностям рынка и в какой мере? Какие темы в области маркетинга и продвижения в гостиничном бизнесе вы считаете наиболее важными для изучения? Какие ресурсы вам необходимы для повышения эффективности преподавания? Как вы оцениваете вовлеченность обучающихся в практическую работу на учебных занятиях и выполнение самостоятельной работы?).

Результаты проведенного опроса отражают средние показатели. Так, средняя оценка знаний в области маркетинга и продвижения состоит в пределах 6 из 10 возможных показателей; средняя оценка уверенности в применении знаний на практике – чуть выше 6,5; большинство обучающихся отмечают потребность в увеличении числа практических занятий (70%); положительная динамика отмечается в том, что обучающиеся не испытывают трудности с освоением новых технологий (50%), но хотели бы ориентироваться на рекомендованные техники, исключив самостоятельный поиск подходящих программ.

Наиболее интересными и востребованными темами для изучения были названы следующие: SMM, контент-маркетинг, управление репутацией, онлайн-реклама, а наиболее интересными для усвоения учебной информации были названы следующие формы работы: практические занятия с применением кейс-стади и проведением мастер-классов, особенно на базе практики или на предприятиях партнеров.

Педагоги отмечают высокую степень вовлеченности обучающихся в учебный процесс, что является положительным стимулом и потенциальной возможностью для улучшения ситуации в учебном процессе.

С целью поддержания положительных тенденций, профилактики снижения уровня вовлеченности в учебный процесс, улучшения показателей качества обучения мы определили следующие возможные меры устойчивости показателей качества учебного процесса:

1. Корректировка рабочих программ, внесение дополнений и изменений с учетом последних тенденций и изменений в сфере маркетинга и гостиничного бизнеса.
2. В практике проведения учебных занятий активное использование новых технологий: современных инструментов (системы управления гостиницей, CRM, аналитические платформы и т.д.).
3. Организация встреч с практиками от предприятий-партнеров (приглашение экспертов-практиков для проведения мастер-классов, гостевых лекций и семинаров с участием опытных маркетологов, и специалистов из гостиничной индустрии).
4. Использование возможности разработки совместных проектов с гостиницами.
5. Организация повышения квалификации для преподавателей в области маркетинга, гостиничного бизнеса и новых технологий.
6. Организация стажировок в гостиницах.
7. Систематическая мотивация студентов: показ практической ценности знаний для будущей карьеры.
8. Активное применение интерактивных технологий обучения (тренинги по коммуникации и презентации; деловые игры и симуляции; менторство).

Внедрение вышеназванных мер позволит значительно улучшить процесс формирования навыка продвижения товаров и услуг в гостиничной сфере, повысить конкурентоспособность выпускников и обеспечить гостиничный бизнес квалифицированными кадрами.

Таким образом, теоретические аспекты, являющиеся результатом обобщения проанализированных материалов, могут послужить основой для разработки практики решения поставленных задач, а практические рекомендации и описание позитивных практик могут послужить методической копилкой для педагогов-практиков, занимающихся подготовкой профессиональных кадров в анализируемой отрасли.

### Выводы

В статье представлены результаты теоретико-методологического анализа существующих подходов к решению проблемы формирования актуальных профессиональных компетенций с акцентом на сферы специалистов гостиничного сектора. Автор описывает проблемы, с которыми сталкиваются педагоги и потребности работодателя. В результате изучения актуальной ситуации и существующей практики в решении поставлены задач автор описывает эффективные практики решения анализируемой проблемы.

Важно помнить о вызовах, с которыми сталкиваются современные педагоги, в частности речь идет о следующих проблемах, на которые указали преподаватели высшей школы:

Во-первых, разнородность подготовки обучающихся на начальном этапе обучения.

Во-вторых, сложность интеграции теории и практики (теоретические знания о маркетинге, создание условий для применения этих знаний в конкретных ситуациях в гостиничном бизнесе).

В-третьих, узкая специализация необходима как для педагогов-теоретиков, так и для практиков, чтобы понимать актуальную ситуацию в отрасли.

В-третьих, проблема ограниченности доступа к реальным данным предприятий, в частности, гостиниц.

В качестве проблемных зон студенты выделили следующее:

Недооценка важности маркетинга и роли продвижения товаров и услуг в обеспечении наполненности рынка мешает качественно включиться в процесс изучения тактик и технологий, потому что кажется, что для обеспечения места на рынке сбыта услуг достаточно просто предоставлять качественные услуги.

Спецификация рынка услуг гостиничной сферы влияет на сложность применения маркетинговых инструментов к гостиничному продукту, что усложняет процесс обучения.

Самой сложной для понимания является тема, связанная с управлением репутацией, поскольку всегда сложно понять, как управлять репутацией гостиницы в интернете, отвечать на отзывы и разрешать конфликтные ситуации, ориентируясь не только на протоколы, но и включаясь субъективно, что является недопустимым.

Эффективное преподавание дисциплин, связанных с продвижением в гостиничном деле, требует от преподавателей не только теоретических знаний, но и понимания специфики отрасли, креативности и умения мотивировать студентов. Интеграция практических занятий, использование современных инструментов и привлечение экспертов-практиков позволят сформировать у будущих профессионалов отрасли гостиничного дела необходимые навыки для успешной работы в сфере маркетинга и продвижения.

#### Список источников

1. Аквазба Е.О. Формирование и развитие гибких навыков обучающихся в условиях образовательной организации // Обзор педагогических исследований. Т. 6. № 7. С. 273 – 278.
2. Akvazba E., Bjgdanova V. Development of critical thinking in engineering students. Revista on line de Política e Gestão Educacional. Araraquara, 2024. Vol. 28.
3. Гостиничное дело: рекомендательный библиографический указатель учебных и научных удаленных сетевых ресурсов / сост. И.В. Шпаков. Курск: КГУ, 2020. 13 с.
4. Масалова Ю.А. Качество человеческих ресурсов как объект управления в системе высшего образования // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2016. Т. 26. № 1. С. 107 – 114.
5. Моисеенко Н.В. Обучение персонала в системе профессионального развития персонала // Профессиональная ориентация. 2018. № 2. С. 79 – 83.
6. Наумова Г.Р. Формирование общих и профессиональных компетенций в подготовке специалистов гостиничного сервиса // Актуальные научно-педагогические проблемы воспитания и образования учащихся и студентов: сборник научных статей / под ред. Н.Н. Тулькибаевой, З.М. Большаковой. Санкт-Петербург: Изд-во БПА, 2010. С. 47 – 51.
7. Никольская Е.Ю., Семенова Л.В., Смахтина М.Д., Шевченко Д.О. Современные технологии и методы обучения персонала в гостиничном бизнесе // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2022. Т. 8. № 1. С. 62 – 71.
8. Пантелеева Н.Г. Профессиональная подготовка студентов в высшей школе на основе компетентного подхода. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-podgotovka-studentov-v-vysshey-shkole-na-osnove-kompetentnogo-podhoda> (дата обращения: 13.09.2025).
9. Радыгина Е.Г. Формирование готовности студентов к профессиональным взаимодействиям в сфере гостеприимства // Педагогическое образование в России. 2011. № 2. С. 211 – 221.
10. Рындина С.В. Интернет-маркетинг в электронном бизнесе: основные инструменты digital-маркетинга: учеб.-метод. пособие. Пенза: Изд-во ПГУ, 2021. 52 с.

#### References

1. Akvazba E.O. Formation and development of students' soft skills in an educational organization. Review of pedagogical research. Vol. 6. No. 7. P. 273 – 278.
2. Akvazba E., Bjgdanova V. Development of critical thinking in engineering students. Review of Política and Gestão Educacional online. Araraquara, 2024. Vol. 28.
3. Hotel business: a recommended bibliographic index of educational and scientific remote network resources. Compiled by I.V. Shpakov. Kursk: KSU, 2020. 13 p.
4. Masalova Yu.A. Quality of human resources as an object of management in the higher education system. Bulletin of the Irkutsk State University of Economics. 2016. Vol. 26. No. 1. P. 107 – 114.

5. Moiseenko N.V. Personnel training in the system of professional development of personnel. Professional orientation. 2018. No. 2. P. 79 – 83.
6. Naumova G.R. Formation of general and professional competencies in the training of hotel service specialists. Actual scientific and pedagogical problems of upbringing and education of pupils and students: collection of scientific articles. Edited by N.N. St. Petersburg: BPA Publishing House, 2010. P. 47 – 51.
7. Nikolskaya E.Yu., Semenova L.V., Smakhtina M.D., Shevchenko D.O. Modern technologies and methods of personnel training in the hotel business. Scientific result. Business and Service Technologies. 2022. Vol. 8. No. 1. P. 62 – 71.
8. Panteleeva N.G. Professional Training of Students in Higher Education Based on a Competency-Based Approach. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-podgotovka-studentov-v-vysshey-shkole-na-osnove-kompetentnostnogo-podhoda> (date of accessed: 13.09.2025).
9. Radygina E.G. Developing Students' Readiness for Professional Interactions in the Hospitality Industry. Pedagogical Education in Russia. 2011. No. 2. P. 211 – 221.
10. Ryndina S.V. Internet Marketing in E-Business: Main Tools of Digital Marketing: A Textbook. Penza: PSU Publishing House, 2021. 52 p.

### **Информация об авторах**

Баикина Ю.О., кандидат социологических наук, доцент, кафедра маркетинга и муниципального управления, ФГБОУ ВО Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, [baikinajo@tyuiu.ru](mailto:baikinajo@tyuiu.ru)

© Баикина Ю.О., 2025

---