

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РСО-АЛАНИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТОРГОВО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

ОП. 02 Основы маркетинга гостиничных услуг

для специальности СПО (ППССЗ)

43.02.14 Гостиничное дело

Форма обучения: очная

Владикавказ
2022

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

Предметно-цикловой комиссией
экономических дисциплин,
дисциплин сервиса и туризма


Протокол № 10
от «05» 07 2022 г.

Председатель ПЦК

 Э.А. Кубалова


УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УВР

 И.М. Дзущева
«05» 07 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Методист

 З.А. Дзантиева
«05» 07 2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 9 декабря 2016 г. № 1552.

Разработчики: преподаватель специальных дисциплин Дзгоева Дзерасса Маратовна.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА ПРИМЕРНОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. ПРИМЕРНЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП 02. «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

1.1. Область применения примерной программы

Рабочая программа учебной дисциплины Основы маркетинга гостиничных услуг является частью примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности. Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, при повышении квалификации и профессионально переподготовке работников гостиничной индустрии.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

дисциплина «Основы маркетинга гостиничных услуг» является общепрофессиональной дисциплиной и относится к профессиональному циклу дисциплин; формирующий образовательный уровень студента. Он тесно связан с рядом общегуманитарных, естественнонаучных, экономических и специальных дисциплин: ОГСЭ.03 Иностранный язык в профессиональной деятельности, ЕН 01. Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, ОП. 01 «Менеджмент и управление персоналом в гостиничном сервисе», ОП. 03 Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности, ОП. 04. Экономика и бухгалтерский учет гостиничного предприятия, ОП.07.Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса, ПМ 04 Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины: В результате изучения профессиональной дисциплины студент должен получить комплексное представление о сущности и содержании маркетинговой деятельности в сфере гостеприимства, основных направлениях маркетинга, уметь применять маркетинговые технологии в своей профессиональной деятельности.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 4.1	планировать и прогнозировать продажи.	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта.
ПК 4.2	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в	способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;

	<p>номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;</p> <p>разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;</p> <p>выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;</p> <p>проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.</p>	<p>особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;</p> <p>каналы и технологии продаж гостиничного продукта;</p> <p>ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;</p> <p>принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;</p> <p>методы максимизации доходов гостиницы;</p> <p>критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;</p> <p>виды отчетности по продажам;</p> <p>нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж;</p> <p>перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;</p> <p>методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.</p>
ПК 4.3.	<p>оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;</p> <p>определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;</p> <p>разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.</p>	<p>критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;</p> <p>виды отчетности по продажам.</p>
ОК 01	<p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;</p> <p>определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>составить план действия;</p>	<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте.</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</p>

	<p>определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	
ОК 02	<p>определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска.</p>	<p>номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.</p>
ОК 03	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования</p>
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами</p>	<p>психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности</p>
ОК 05	<p>излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы.</p>	<p>особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.</p>
ОК 09	<p>применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение</p>	<p>современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.</p>
ОК 10	<p>понимать общий смысл</p>	<p>правила построения простых и сложных</p>

	<p>четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>	<p>предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
ОК11	<p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p>	<p>основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>

Код	Наименование видов личностных результатов
ЛР 1	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий

	ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».
ЛР 5	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.
ЛР 6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 8	Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.
ЛР 10	Забочающийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.
ЛР 12	Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.
ЛР 13	Выполняющий профессиональные навыки в сфере <i>сервиса домашнего и коммунального хозяйства/гостиничного дела</i>
ЛР 14	Эффективно использующий полученные знания на практике, анализирующий производственную ситуацию, умеющий быстро принимать решения, соответствующий требованиям работодателя.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	94
Самостоятельная работа <i>В случае, если самостоятельная работа в рамках примерной программы не предусмотрена, то в данной строке ставится прочерк. Планирование самостоятельной работы при этом возлагается на разработчика программы образовательной организации, что предусматривает, в том числе, использование времени вариативной части (не более 20 процентов для профессий и не более 30 процентов для специальностей).</i>	6
Объем образовательной программы	108
Во взаимодействии с преподавателем	94
в том числе:	
теоретическое обучение	60
лабораторные работы (если предусмотрено)	не предусмотрено
практические занятия (если предусмотрено)	34
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	не предусмотрено
контрольная работа	–
<i>Самостоятельная работа</i>	6
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена	

Во всех ячейках со звездочкой () следует указать объем часов.*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1.	Содержание учебного материала	8	
Введение в маркетинг гостиничных услуг.	1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	2 Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	3. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	4. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	6	

	1. Практическая работа – «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства».	2	ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Практическая работа – Анализ гостиничных пакетов в гостиницах	2	ПК 4.1 ПК 4.2
	3. Практическая работа – «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»;	2	ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 2. Рынок гостиничных услуг.	Содержание учебного материала	12	
	1. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	3. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	4. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации.	2	ОК 01 - ОК 12 ПК 4.2
	5. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	2	ОК 01 - ОК 12 ПК 4.2

	6. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	6	
	1. Практическая работа – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг».	2	ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.	4	ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.	Содержание учебного материала	14	
	1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P).	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	3. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	4. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	5. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2

	6. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	7. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	6	
	1. Практическая работа – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления».	2	ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».	4	ПК 4.2
Тема 4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Содержание учебного материала	10	
	1. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ПК 4.3.

	кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.		
	3. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ПК 4.3
	4. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
	5 PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	6	
	1. Практическая работа – «Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки».	2	ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».	2	ПК 4.2
	3. Практическая работа – «Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)».	2	ПК 4.2
Тема 5.	Содержание учебного материала	12	
Методологические основы маркетинговых	1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2

исследований.	предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.		
	2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	3. Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	4 . Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	5. Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	6. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ПК 4.3.
	Тематика практических занятий	8	
	1. Практическая работа – «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	2	ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Практическая работа – Формирование отчета о маркетинговом исследовании по конкретному предприятию.	4	
	3. Практическая работа – «Отработка навыков	2	ПК 4.1

	составления анкет».		ПК 4.2
Тема 6. Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Содержание учебного материала	4	
	1. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	2. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	4	
	1. Практическая работа – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».	4	ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3.
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой) (указать виды работ обучающегося, например: планирование выполнения курсового проекта (работы), определение задач работы, изучение литературных источников, проведение предпроектного исследования) Самостоятельная работа №1. Подготовить презентацию на тему: «Маркетинговая среда в сфере гостиничного бизнеса: микросреда и макросреда». Самостоятельная работа №2. Подготовить доклад на тему: «Формирование спроса на гостиничный продукт». Самостоятельная работа №3. Подготовить презентацию на тему: «Характеристика средств, формирующих спрос на гостиничные услуги, их преимущества и недостатки».		6	
Всего:		108часов	

По каждой теме описывается содержание учебного материала (в дидактических единицах), наименования необходимых лабораторных работ, практических и иных занятий, в том числе контрольных работ, а также тематика самостоятельной работы. Если предусмотрены курсовые проекты (работы) по дисциплине, приводится их тематика. Объем часов определяется по каждой позиции столбца 3 (отмечено звездочкой).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- кабинет «основы маркетинга», оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; компьютерные места для обучающихся; рабочее место преподавателя.

(перечисляется основное оборудование кабинета),

- техническими средствами обучения: компьютер; мультимедийный проектор (цифровой проектор); проекционный экран.

(перечисляются технические средства необходимые для реализации программы).

Лабораторий – не предусмотрено.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемых для использования в образовательном процессе *(в случае наличия)*

3.2.1. Печатные издания

1. Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для СПО / Л. В. Баумгартен. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 338 с. — (Серия : Профессиональное образование).
2. Скобкин, С. С. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для СПО / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Серия : Профессиональное образование).
3. Бураковская, Н. В. Обслуживание в гостиничном комплексе особых категорий клиентов : учебное пособие для вузов / Н. В. Бураковская, О. В. Лукина, Ю. Р. Солодовникова. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 98 с.
4. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела : учебное пособие / С.А. Быстров. – Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. – 432 с.
5. Вакуленко, Р. Я. Управление гостиничным предприятием: учебное пособие / Р. Я. Вакуленко, Е. А. Кочкурова. – Москва : Университетская книга ; Логос, 2020. – 320 с.
6. Вотинцева, Н. А. Правовое обеспечение гостиничной деятельности : учебное пособие / Н. А. Вотинцева. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. – 299 с.
7. Глазков, В. Н. Методы научных исследований в сфере туризма и гостиничного дела : учебное пособие для вузов / В. Н. Глазков. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 177 с.

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства : учебное пособие / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2019. — 400 с.
2. Иванов, В. В. Антикризисный менеджмент в гостиничном бизнесе / В. В. Иванов, А. Б. Волков. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 336 с.

3. Ключевская, И. С. Управление персоналом гостиничного предприятия : учебное пособие / И.С. Ключевская. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 386 с.
4. Кобяк, М. В. Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под редакцией С. С. Скобкина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 518 с.
5. Можаяева, Н. Г. Гостиничный сервис : учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – 2-е изд., испр. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 242 с.
6. Николенко, П. Г. Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса : администрирование отеля : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 451 с.
7. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
8. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
9. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
10. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
11. <http://www.aup.ru/library/> - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.
12. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
13. <http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>
14. <http://www.frio.ru> Федерация Рестораторов и Отельеров России.
15. http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx
16. <http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html> (электронные учебники).
17. <http://studentam.net/content/view/515/58/> (электронные учебники).
18. www.hospitality.ru
19. http://piter-press.ru/thehttp://upravlenkam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie_menegement.html
20. www.marketologi.ru (сайт гильдии маркетологов).
21. www.btlregion.ru (всё о BTL).
22. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).
23. www.gks.ru (Гос. служба статистики).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
Знание особенностей маркетинга в гостиничной деятельности, его цели и методологию.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять объекты маркетинговой деятельности. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом, понятие «гостиничный продукт», его специфические черты	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Описывать факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Знать рыночные стратегии маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Знать основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности развития рынка гостиничных услуг.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Указывать особенности сегментации рынка гостиничных услуг и стратегии охвата целевого рынка.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Знать и перечислять составляющие комплекса маркетинга, его базовые элементы Характерные особенности и принципы формирования комплексного гостиничного продукта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Оценивать каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять основные направления продвижения	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос

гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные продажи и средства стимулирования сбыта.		
Называть специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта, определять виды стимулирования сбыта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки. Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</i>		
Анализировать состояние спроса потребителей на услуги гостеприимства.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Представить зависимость объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды;	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Определить целевой сегмент потребителей гостиничных услуг.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Решить ситуационные задания	Оценка результатов	Оценка результатов

на определение использования рыночных концепций маркетинга.		выполнения практической работы
Определить рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и способы его продления.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Разработать практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Разработать рекламное обращение гостиничного предприятия для различных целевых сегментов.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Сформировать рекламные материалы (брошюру, каталог, буклет и т.д.).	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Разработать программу рекламной компании гостиничного предприятия.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Решать проблему выбора средств распространения рекламы и оценка ее эффективности».	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Использовать методы поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Анализировать рынок гостиничных услуг, для определения инструментов маркетинга, применяемых в гостиничном предприятии.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Демонстрировать навыки составления анкет.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Демонстрировать навыки оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы