



Digitally signed by
Носырева Галина
Александровна
DN: C=RU,
OU=Директор, O=ГБПОУ
МО "СПК", CN=Носырева
Галина Александровна,
E=mo_spkolledzh@mosreg
.ru
Reason: Я утверждаю
данный документ
Location: Сергиев Посад
Date: 2023-02-15 22:53:04

Приложение № 5-11

**Министерство образования Московской области
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение Московской области
«Сергиево-Посадский колледж»**

**Утверждена приказом директора
ГБПОУ МО «Сергиево-Посадский колледж»
№ 182-ОС от 31.08.2022**

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02 Основы маркетинга и гостиничных услуг

г. Сергиев Посад
2022 год

РАССМОТРЕНО

на заседании ЦК профессий и
специальностей сферы услуг и
художественных технологий

СОГЛАСОВАНО

Зам. директора по УМР

Программа учебной дисциплины ОП 02. «Основы маркетинга гостиничных услуг» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.14 Гостиничное дело утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09 декабря 2016 г. № 1552 и зарегистрированного Министерством юстиции Российской Федерации 26 декабря 2016 г. (Регистрационный № 44974), примерной основной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело (регистрационный номер: 43.02.14 - 170717, дата регистрации в реестре: 17/07/2017) и с учетом запросов работодателей на дополнительные результаты освоения образовательной программы подготовки специалистов среднего звена, не предусмотренные ФГОС СПО.

Организация-разработчик:

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Московской области «Сергиево-Посадский колледж»

Автор-разработчик:

Тимофеева Н.В., преподаватель спец. дисциплин ГБПОУ МО «Сергиево-Посадский колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	

1.1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы маркетинга гостиничных услуг» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01 - 05, 09 - 11, ПК 4.1 - 4.3.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Содержание компетенции	Умения	Знания
ПК 4.1	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.	планировать и прогнозировать продажи.	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта.

ПК 4.2	Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.	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; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;
--------	---	---	---

			методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.
ПК 4.3.	Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.	критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и	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. алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

		последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	
ОК 02	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	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.	номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 04	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы.	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.
ОК 09	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение	современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные и общеупотребительные глаголы (бытовая и

		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 интересные профессиональные темы	профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
ОК11	Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
	Дополнительные умения и знания	правильно оценивать возможности предприятия индустрии гостеприимства на рынке по всему комплексу маркетинга; организовывать и проводить рекламную кампанию предприятия индустрии гостеприимства; использовать на практике основные приемы и средства для организации связей с целевыми аудиториями	особенности покупательского поведения; варианты охвата рынков: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг; особенности использования различных средств маркетинговых коммуникаций.

В рамках программы учебной дисциплины формируются личностные результаты

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».	ЛР 4
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	ЛР 7
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.	ЛР 11

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	ЛР 13
Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности	ЛР 16
Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере	ЛР 18
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями	
Креативно мыслящий, готовый разрабатывать новые виды обслуживания	ЛР 22

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем учебной дисциплины	98
в том числе в форме практической подготовки	28
Из них:	
теоретическое обучение	66
лабораторные работы	-
практические занятия	28
Самостоятельная работа обучающихся	4
Дифференцированный зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	В том числе в форме практической подготовки	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3		4
Тема 1 Введение в маркетинг гостиничных услуг.	Содержание учебного материала	8		
	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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	3. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	4. Теории мотивации. Факторы, влияющие на поведение покупателя. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.	2		ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	Тематика практических занятий	4	4	

	1. Практическая работа №1 - «Зависимость объема продаж гостиничных услуг от различных факторов»;	2	2	ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Практическая работа №2- «Выявление основных видов потребностей и товаров - средств их удовлетворения».	2	2	ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
Тема 2. Рынок гостиничных услуг.	Содержание учебного материала	12		
	1. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. 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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Методы сегментации. Метод группирования. Метод кластерного анализа. Функциональные карты. Оценка эффективности сегментации.	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	3. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	2		ОК 01 - ОК 12 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	4. Позиционирование товаров (услуг) на рынке. Факторы позиционирования: ожидания потребителей; имидж конкурентов; индивидуальность региона (страны). Способы позиционирования гостиничных услуг: на основе специфических свойств гостиничных услуг; с	2		ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22

	помощью категорий потребителей; путем разделения классов гостиничных услуг; гибридные стратегии.			
	5. Стратегические программы маркетинга в различных рыночных ситуациях. Недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	2		ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	6. Стратегии охвата целевого рынка: Стратегия вхождения на новые рынки. Стратегии для растущих рынков. Стратегии для глобальных рынков	2		ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	Тематика практических занятий	6	6	
	1. Практическая работа №3 «Сегментирование рынка гостиничных услуг и выбор целевого сегмента»	2	2	ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Практическая работа №4 «Позиционирование гостиничного предприятия»	2	2	ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	3. Практическая работа №5 «Выбор стратегии гостиничного предприятия»	2	2	ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.	Содержание учебного материала	16		
	1. Понятие комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура.	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2

	Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.			ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	3. Цена в комплексе маркетинга: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовых стратегий.	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	4. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования в гостинице.	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	4. Организация товародвижения. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг.	4		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	5. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.	4		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	Тематика практических занятий	8	8	
	1. Практическая работа №6 - «Определение жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления»	2	2	ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Практическая работа №7 - «Ценовая политика гостиничного предприятия».	2	2	
	3. Практическая работа №8 - «Каналы распространения гостиничных услуг».	2	2	ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22

	4. Практическая работа №9 - «Формирование спроса и стимулирование сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов»	2	2	
Тема 4	Содержание учебного материала	10		
Коммуникационная политика гостиничного предприятия	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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.	2		ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ПК 4.3. ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	Тематика практических занятий	4	4	

	1. Практическая работа №10 - «Разработка рекламного обращения, слогана, логотипа, основного текста рекламы, товарного знака, торговой марки».	2	2	ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Практическая работа №11 - «Овладение методикой разработки рекламной кампании гостиничного предприятия».	2	2	ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.	Содержание учебного материала	12		
	1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	4 . Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	6. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость	2		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2

	изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.			ПК 4.3. ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	Тематика практических занятий	4	4	
	1. Практическая работа №12 - «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	2	2	ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Практическая работа №13 - «Отработка навыков составления анкет».	2	2	ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
Тема 6	Содержание учебного материала	6		
Конкурентоспособность гостиничного предприятия	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 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	2. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	4		ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
	Тематика практических занятий	2	2	
	1. Практическая работа №14 - «Оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».	2	2	ПК 4.1 ПК 4.2, ПК 4.3. ЛР 4, ЛР 7, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 16, ЛР 18, ЛР 22
Итоговое занятие	Дифференцированный зачет	2		
	Самостоятельная работа обучающихся	4		
	К т.3 Доклад на тему «Ассортимент гостиничных услуг»	1		

	К т.3 Доклады на тему «Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе»	1		
	К т.4 Доклады на тему «Современные средства продвижения»	1		
	К т.6 Доклады на тему «Виды конкурентных стратегий гостиничных сетей»	1		
Всего:		98 ч. (в т.ч. пр.р. - 28ч., сам.р.- 4ч.)		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

Кабинет «Основы маркетинга», оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; компьютерные места для обучающихся; рабочее место преподавателя.

Техническими средствами обучения: компьютер; мультимедийная доска мультимедийный проектор (цифровой проектор); проекционный экран.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Печатные издания

1. А.Ф.Барышев. Маркетинг. Учебник. М.:Академия, 2018.
2. О.Н.Синицына. Основы маркетинга сферы услуг. Учебник. М.:Академия, 2018.

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Поведение потребителей: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://znanium.com>]
2. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
3. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
4. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
5. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
6. <http://www.aup.ru/library/> - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.
7. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
8. <http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>
9. <http://www.frio.ru> Федерация Рестораторов и Отельеров России.
10. http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx
11. <http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html> (электронные учебники).
12. <http://studentam.net/content/view/515/58/> (электронные учебники).
13. www.hospitality.ru
14. <http://piter-press.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie menegement.html>
15. www.marketologi.ru(сайт гильдии маркетологов).
16. www.btlregion.ru (всё о BTL).
17. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).

18. www.gks.ru (Гос. служба статистики).

3.2.3. Дополнительные источники (при необходимости)

- 1 Маркетинг услуг: Учебник / О. Н. Романенкова, И. М. Синяева, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 252 с.
- 2 Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология; учебное пособие, [Царев В.В.](#), [Кантарович А.А.](#), [Черныш В.В.](#), Юнити-Дана, 2012 г. - 799 с.
- 3 Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой [Артемьева О.А., Азарова С.П., Карпова С.В., Козлова Н.П., Поляков В.А., Рожков И.В.]. — М.: Издательство Юрайт, 2014, 456с.
- 4 Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров/ Д. В. Тюрин — М.: Издательство Юрайт, 2013. — 342 с. — Серия: Бакалавр. Углубленный курс.
- 5 [Деловое общение специалиста по рекламе. Учебное пособие](#) , [Ломова О. С.](#) М.: Юнити - Дана, 2012.
- 6 Разработка и технологии производства рекламного продукта. Учебник и практикум для академического бакалавриата. - Романов А.А., Поляков В.А. - Москва, Юрайт, 2014.
- 7 [Брендинг. Как создать мощный бренд. Учебник](#) 3-е изд., [Чернатони Л.](#), М.: Юнити-Дана, 2012.

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 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
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 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Определять основные направления продвижения гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные продажи и средства стимулирования сбыта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
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 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
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,	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос

специфику проведения опросов и составления анкет.		
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 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
Анализировать состояние спроса потребителей на услуги гостеприимства.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
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	Экспертная оценка умения
Решить ситуационные задания на определение использования рыночных концепций маркетинга.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Определить рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и способы его продления.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
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	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Сформировать рекламные материалы (брошюру, каталог, буклет и т.д.).	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Разработать программу рекламной компании гостиничного предприятия.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Решать проблему выбора средств распространения рекламы и оценка ее эффективности».	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Использовать методы поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Анализировать рынок гостиничных услуг, для определения инструментов маркетинга, применяемых в гостиничном предприятии.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка процесса
Демонстрировать навыки составления анкет.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Демонстрировать навыки оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения

