АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «КУБАНСКИЙ ИНСТИТУТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ» (АНПОО «КУБАНСКИЙ ИПО»)

ОТДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины
ОП 02. Основы маркетинга гостиничных услуг
по специальности
43.02.14 Гостиничное дело
базовая подготовка

Краснодар, 2021

СОГЛАСОВАНО
Зам. директора по КОД и МР

_____ / Т.В. Першакова
28.05.2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНПОО «Кубанский ИПО»

_____ О.Л. Шутов
Приказ №53-О от 28.05.2021 г.

ОДОБРЕНО
Педагогическим советом
Протокол №6 от 28.05.2021 г.

РАССМОТРЕНО
на заседании УМО «Экономические дисциплины»
Протокол №5 от 25.05.2021 г.
Председатель _____ / И.Ю. Котенко

Рабочая программа учебной дисциплины ОП 02. Основы маркетинга гостиничных услуг предназначена для реализации основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена. Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.12.2016 № 1552, зарегистрированного Министерством Юстиции России 26.12.2016 №44974), входящей в состав укрупненной группы специальностей 43.00.00 Сервис и Туризм и с учетом примерной основной образовательной программы, разработанной Федеральным учебно-методическим объединением в системе среднего профессионального образования по укрупненным группам профессий, специальностей 43.00.00 Сервис и Туризм.

Организация-разработчик: АНПОО «Кубанский ИПО»

Разработчик:
Абравитова Валерия Игоревна, преподаватель АНПОО «Кубанский ИПО»

Рецензенты:
1. Грошева О.Н. – преподаватель, АНПОО «Кубанский ИПО»
Квалификация по диплому: специалист по сервису и туризму

2. Корчанова Е.А.- преподаватель ЧПОУ КПЭУ
Квалификация по диплому: экономист

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ……. 8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ……. 17
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.. 19

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг»

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина **ОП.02 «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, 02, 03, 04, 05, 09, 10, 11 и ПК 4.1, 4.2, 4.3 и ЛР-13,14, ЛР-КК-1,2

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	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 последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	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.
ОК 02	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	определять актуальность нормативно-правовой	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная

	документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития	научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности
ОК 05	излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы.	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.
ОК 09	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	понимать общий смысл 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	правила построения простых и сложных 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
ОК11	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
ПК 4.1.	планировать и прогнозировать продажи; *владеть навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства.*	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; *гостиничный маркетинг и технологии продаж.*

ПК 4.2.	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; *разрабатывать и реализовывать проекты по повышению конкурентоспособности гостиничного комплекса;* *владеть методиками стратегического анализа и оценки динамики факторов внешней и внутренней среды.*	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 п 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; *технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства;* *основы стратегического менеджмента и маркетинга гостиничного комплекса;* *технологии маркетинговых исследований в гостиничном сервисе.*
ПК 4.3.	оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;	критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам.

	разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта; *владеть методиками анализа основных факторов, определяющих необходимость изменений в стратегии и тактике гостиничного комплекса.*	

Перечень личностных результатов:

Код	**Наименование личностных результатов**
ЛР-4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».
ЛР - КК - 1,2	Признающий ценность непрерывного образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	**Объем в часах**
Объем образовательной программы учебной дисциплины	110
в том числе:	
в форме практической подготовки	90
теоретическое обучение	68
практические занятия	32
в том числе вариативная часть	*34*
Самостоятельная работа	10
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)	

Тематический план учебной дисциплины ОП 02. Основы маркетинга гостиничных услуг

Наименование разделов и тем	Макс. учеб. нагрузка студ-та (час)	Самост. работа студента (час)	Количество аудиторных часов			
			Всего	в т.ч. в форме практической подготовки	теоретич. обучение	практич (семинарские) занятия
Раздел 1. Маркетинг гостиничных услуг	**110**	**10**	**100**	**90**	**66**	**32**
Тема 1.1. Введение в маркетинг гостиничных услуг	12	-	12	4	8	4
Тема 1.2. Рынок гостиничных услуг	16	4	12	12	8	4
Тема 1.3. Составляющие комплекса маркетинга	22	-	22	22	18	4
Тема 1.4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	28	4	24	24	12	12
Тема 1.5. Методологические основы маркетинговых исследований	22	2	20	20	16	4
Тема 1.6. Конкурентоспособность гостиничного предприятия	8	-	8	8	4	4
Дифференцированный зачет	**2**	**-**	**2**	**-**	**2**	**-**
Всего по дисциплине	**110**	**10**	**100**	**90**	**68**	**32**

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

*** звездочкой выделяем темы, реализуемые в форме практической подготовки**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	*2*	*3*	*4*
Раздел 1. Маркетинг гостиничных услуг			
Тема 1.1. Введение в маркетинг гостиничных услуг	**Содержание учебного материала**	**12**	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	1 **Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг».** *Маркетинг как экономическая категория.* Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.	2	
	2 **Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи**. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. *Основные сферы применения маркетинга.* Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.	2	
	3 **Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок.** Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. *Специфика первых моделей маркетинговых услуг.* Виды спроса, их краткая характеристика. Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.	2	
	4 ***Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.** *Цели, направления и методы анализа внешней среды. Анализ внутренней среды предприятия.*	2	
	В том числе, практических занятий	**4**	
	Практические занятия по отработке умений осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг		
	Практическое занятие №1 Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства	2	

	Практические занятия по отработке умений *владеть методиками стратегического анализа и оценки динамики факторов внешней и внутренней среды*		
	***Практическое занятие №2. Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды**	2	
Тема 1.2. Рынок гостиничных услуг	**Содержание учебного материала**	**12**	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2
	1 ***Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.** *История и эволюция маркетинговой концепции.* Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг.	2	
	2 ***Рынок: понятие, виды, признаки, классификация.** Рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка. *Показатели и прогнозирование конъюнктуры рынка.* Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг.	2	
	3 ***Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение.** Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Методы управления продажами с учётом сегментации. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	*2*	
	4 ***Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.**	2	
	В том числе, практических занятий	**4**	
	Практические занятия по отработке умений собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка		
	***Практическое занятие №3. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.** Решение ситуационных задач, кейсов.	2	
	Практические занятия по отработке умений выделять целевой сегмент клиентской базы		
	***Практическое занятие №4. Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.** Выявление перспективных сегментов рынка гостиничных услуг	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	**4**	
	Самостоятельная работа №1 Составить таблицу «Оценка конъюнктуры рынка».	2	

	Самостоятельная работа №2 Составить таблицу перспективных сегментов рынка гостиничных услуг Краснодарского края		2	
Тема 1.3. Составляющие комплекса маркетинга	**Содержание учебного материала**		**22**	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	1	***Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).** *Гостиничный маркетинг и технологии продаж.*	2	
	2	****Основы товарной политики и планирования продукции.** Понятие товара в маркетинге. Основные виды классификации товаров. Методы создания новых товаров. Структура ассортимента продукции. Использование товарных марок и упаковок.*	*2*	
	3	***Гостиничный продукт: характерные особенности.** Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.	2	
	4	***Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены.** Зависимость цены от спроса. *Влияние цены на спрос и предложение.* Основные виды ценовой стратегии.	2	
	5	***Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия**. Ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования. Применение методики управления доходами в гостиничном бизнесе.	2	
	6	****Ценообразование на различных типах рынка.** Анализ политики конкурентов гостиничных предприятий. Методика расчета базисной цены гостиничного продукта и оценка издержек.*	*2*	
	7	***Организация товародвижения.** Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Виды каналов сбыта гостиничного продукта. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. *Прямые и агентские продажи.*	2	
	8	***Продвижение как составляющее комплекса маркетинга.** Каналы и технологии продаж гостиничного продукта. Методы формирования спроса	2	

		и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства. *Стимулирование продаж гостиничных продуктов.*		
	9	***Стратегическое маркетинговое планирование и контроль.** Основы стратегического менеджмента и маркетинга гостиничного комплекса. Стратегическое планирование. Планирование маркетинга. Маркетинговый контроль.*	*2*	
	В том числе, практических занятий		**4**	
	Практические занятия по отработке умений разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта			
	***Практическое занятие №5. Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.**		2	
	***Практическое занятие №6. Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов**		2	
Тема 1.4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	**Содержание учебного материала**		**24**	ОК 01 - ОК 11, ПК 4.1-4.3
	1	***Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда.** Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Принципы создания системы «лояльности» работы с гостями. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг). *SMM (Social Media Marketing) – маркетинг в социальных медиа.*	2	
	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	
	3	***Эффективность рекламы различных видов.** Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.	2	

	4	***Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение.** Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.	2	
	5	***PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий.** Способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.	2	
	6	****Сайт гостиничного предприятия как элемент продвижения гостиничных услуг.** Особенности разработки и проектирование структуры, содержания и дизайна сайта.*	*2*	
	В том числе, практических занятий		**12**	
	Практические занятия по отработке умений определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта			
	****Практическое занятие №7. Деловая игра «Личная продажа гостиничного продукта»***		*2*	
	***Практическое занятие № 8. Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки**		2	
	Практические занятия по отработке умений *владеть методиками анализа основных факторов, определяющих необходимость изменений в стратегии и тактике гостиничного комплекса*			
	***Практическое занятие № 9. Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия**		2	
	Практические занятия по отработке умений *владеть навыками планирования и организации маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства*			
	****Практическое занятие № 10. Анализ рекламы конкурентов гостиничного предприятия.***		*2*	
	****Практическое занятие № 11. Разработка фирменного стиля гостиничного предприятия. и т.д.)***		*2*	
	***Практическое занятие № 12. Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов**		2	
	Самостоятельная работа обучающихся		**4**	

	Самостоятельная работа №3 Разработать рекламу дополнительных услуг гостиничного предприятия		2	
	Самостоятельная работа № 4 Разработать критерии эффективности рекламы гостиничного предприятия		2	
Тема 1.5. Методологические основы маркетинговых исследований	**Содержание учебного материала**		**20**	ОК 01 - ОК 10, ПК 4.1-4.3
	1	*__Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований.__ *Технологии маркетинговых исследований в гостиничном сервисе*. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.	2	
	2	****Маркетинговые исследования рынка.*** *Технологии маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства. Система маркетинговых исследований.*	*2*	
	3	*__Основные принципы организации маркетингового исследования.__ Этапы исследования. Виды информации. Источники сбора информации.	2	
	4	*__Полевые и кабинетные исследования.__ Перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения.	2	
	5	*__Методы проведения опроса.__ Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.	2	
	6	*__Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты.__ *Технология разработки анкет.* Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления.	2	
	7	*__Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения.__ Необходимость изучения потребительского поведения. Особенности работы с различными категориями госте. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	2	
	8	****Поведение покупателей на рынке.*** *Потребительский рынок и поведение на нем покупателей. Рынок предприятий.*	*2*	

	В том числе, практических занятий	**4**	
	Практические занятия по отработке умений разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей		
	* **Практическое занятие № 13. Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет.**	2	
	* **Практическое занятие № 14. Отработка навыков составления анкет.**	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	**2**	
	Самостоятельная работа №5 Составить анкету опроса и интервью гостей удовлетворенностью работой персонала гостиничного предприятия.	2	
Тема 1.6. Конкурентоспособность гостиничного предприятия	**Содержание учебного материала**	**8**	ОК 01 - ОК 10, ПК 4.1-4.3
	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	
	2 *__Конкурентные стратегии гостиничного предприятия.__ Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. *Мониторинг конкуренции – инструментарий бенчмаркинга.*	2	
	В том числе, практических занятий	**4**	
	Практические занятия по отработке умений выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению:		
	* **Практическое занятие № 15. Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению**	2	
	Практические занятия по отработке умений *разрабатывать и реализовывать проекты по повышению конкурентоспособности гостиничного комплекса*		
	* ***Практическое занятие № 16. Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики конкурентов.***	*2*	
Дифференцированный зачет		**2**	
Всего:		**110**	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Основы маркетинга»

оснащен оборудованием:

- учебные места по количеству обучающихся,
- рабочее место преподавателя,
- интерактивная доска (учебная доска),

техническими средствами обучения:

- персональные компьютеры,
- мультимедийное оборудование.

3.2 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд института имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. Список дополнен новыми изданиями.

3.2.1 Основные печатные издания

1. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учеб. пособие / А.В. Сорокина. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2017. – 304 с. – (ПРОФИль). – Глава 2: Маркетинг в индустрии гостеприимства.
2. Гукова О.Н. Организация предприятий сервиса: практикум / О.Н. Гукова, А.М. Петрова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. – 384 с. ил. – (Проф. образование). – Тема 2: Маркетинг сервисных предприятий.

3.2.2Электронные издания

3. Реброва Н. П. Основы маркетинга: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/433413 (дата обращения: 11.11.2019).
4. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/426329 (дата обращения: 11.11.2019).
5. Карпова С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/426395 (дата обращения: 11.11.2019).
6. Основы маркетинга. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/433399 (дата обращения: 11.11.2019).
7. Кузьмина Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/437531 (дата обращения: 11.11.2019).

8. Михалева Е. П. Маркетинг: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/431074 (дата обращения: 11.11.2019).

9. Тимохина Т. Л. Гостиничный сервис: учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 331 с. — (Серия: Профессиональное образование). - URL: //www.urait.ru

10. Тимохина Т. Л. Гостиничная индустрия: учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 336 с. — (Серия: Профессиональное образование). - URL: //www.urait.ru

11. Карасев А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для СПО / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 315 с. — (Серия: Профессиональное образование). - URL: //www.urait.ru

12. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С. В. Карповой. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 367 с. — (Серия: Профессиональное образование). - URL: //www.urait.ru

13. Маркетинг: учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.]; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 370 с. — (Серия: Профессиональное образование). - URL: //www.urait.ru

14. Баумгартен Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг: учебник для СПО / Л. В. Баумгартен. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 338 с. — (Серия: Профессиональное образование). - URL: //www.urait.ru

3.2.3. Дополнительные источники

15. 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]

16. Энциклопедия маркетинга: http://marketing.spb.ru/

17. Сайт гильдии маркетологов: http://www.marketologi.ru/

18. Сайт Российской ассоциации маркетинга: http://www.ram.ru/

19. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: http://4p.ru/

20. http://www.aup.ru/library/ - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.

21. Административно-управленческий портал: http://www.aup.ru

22. http://www.marketingandresearch.ru/-журнал

23. http://www.frio.ru Федерация Рестораторов и Отельеров России.

24. http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx

25. http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html (электронные учебники).

26. http://studentam.net/content/view/515/58/ (электронные учебники).

27. www.hospitality.ru

28. http://piter-press.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie_menegement.html

29. www.marketologi.ru (сайт гильдии маркетологов).

30. www.btlregion.ru (всё о BTL).

31. http://marketing.rbc.ru/ (исследования РБК).

32. 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 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	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос

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 Тестирование по теме
Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации.	Устный опрос	Устный опрос
Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет.	Устный опрос	Устный опрос
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
Анализировать состояние спроса потребителей на услуги гостеприимства.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения