

**Государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение Чувашской Республики «Чебоксарский техникум
технологии питания и коммерции» Министерства образования и
молодежной политики Чувашской Республики**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг
для специальности
43.02.14 Гостиничное дело

Чебоксары, 2021

Разработано в соответствии с требованиями
ФГОС СПО по специальности
43.02.14 Гостиничное дело

РАССМОТРЕНО и ОДОБРЕНО

на заседании ЦК

Протокол от «__» _____ 20__ г. № ____

Председатель ЦК _____

Разработчики:

Эксперты:

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы маркетинга гостиничных услуг»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.

Учебная дисциплина «Основы маркетинга гостиничных услуг» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Дисциплина имеет значение при формировании и развитии общих (ОК), профессиональных компетенций (ПК) и личностных результатов (ЛР).

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.

ПК 4.2. Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.

ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.

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

1.2. Цели и планируемые результаты освоения дисциплины.

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Умения	Знания
<ul style="list-style-type: none"> - планировать и прогнозировать продажи. - 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. - 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. - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или 	<ul style="list-style-type: none"> - рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; - виды каналов сбыта гостиничного продукта. - 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;

<p>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;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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). - 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. - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития - организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами - излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы. - применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение 	<ul style="list-style-type: none"> - 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. - критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; - виды отчетности по продажам. - 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. - номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации. - содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования - психология коллектива; психология личности; основы проектной
--	--

<p>- 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</p> <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>- Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере</p>	<p>деятельности</p> <p>- особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.</p> <p>- современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.</p> <p>- 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</p> <p>- основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.</p>
---	--

Спецификация общих и профессиональных компетенций

Код ПК, ОК	Дескрипторы (показатели сформированности)	Умения	Знания
ОК 01	Распознавание сложных проблемных ситуаций в различных контекстах. Проведение анализа сложных ситуаций при решении задач профессиональной деятельности. Определение этапов решения задачи. Определение потребности в информации. Осуществление	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	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

	<p>эффективного поиска. Выделение всех возможных источников нужных ресурсов, в том числе неочевидных. Разработка детального плана действий. Оценка рисков на каждом шагу. Оценка плюсов и минусов полученного результата, своего плана и его реализации, определение (выбор) критериев оценки и предложение действий по улучшению плана.</p>	<p>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).</p>	<p>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.</p>
ОК 02	<p>Планирование информационного поиска из широкого набора источников, необходимого для выполнения профессиональных задач. Проведение анализа полученной информации, выделение в ней главных аспектов. Структурирование отобранной информации в соответствии с параметрами поиска. Интерпретация полученной информации в контексте профессиональной деятельности</p>	<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>Использование актуальной нормативно-правовой документации по профессии (специальности).</p>	<p>Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной</p>	<p>Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная</p>

	Применение современной научной профессиональной терминологии. Определение траектории профессионального развития и самообразования	деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития	терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 04	Участие в деловом общении для эффективного решения деловых задач. Планирование профессиональной деятельности	Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	Психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности
ОК 05	Грамотное устное и письменное изложение своих мыслей по профессиональной тематике на государственном языке. Проявление толерантности в рабочем коллективе	Излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы.	Особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.
ОК 09	Применение средств информатизации и информационных технологий для реализации 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	Применение в профессиональной деятельности инструкций на государственном и иностранном языке. Ведение общения на профессиональные темы	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	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

		<p>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>профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
ОК11	<p>Применение в профессиональной деятельности основ предпринимательской деятельности, основ финансовой грамотности, правил разработки бизнес-планов</p>	<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>Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере</p>	<p>Основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>
ПК 4.1-4.3.	<p>планировать и прогнозировать продажи. осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать</p>	<p>рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта. способы управления доходами гостиницы;</p>	

	<p>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. 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.</p>	<p>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 продаж, 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. критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам.</p>
--	---	--

1.3. Количество часов на освоение программы дисциплины:

Объем образовательной программы 86 часов

Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем 76 часов

Консультация 2 часа

Экзамен 6 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	84
Самостоятельная работа обучающегося	2
Объем учебной дисциплины, в том числе:	76
теоретическое обучение	48
лабораторные занятия	
практические занятия	28
курсовая работа	
<i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>	6

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
1 курс, 2 семестр				
Раздел 1. Основы маркетинга гостиничных услуг				
Тема 1.1 Введение в маркетинг гостиничных услуг	Содержание учебного материала	14		
	1. Введение в маркетинг гостиничных услуг Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения – современная научная и профессиональная терминология. Содержание актуальной нормативно-правовой документации. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. Возможные траектории профессионального развития и самообразования.	2	2	ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3 ЛР 2 ЛР 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	2	
	3. Нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования 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.	2	2	
	4. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.	2	2	
	5. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	2	2	
	6. Практическое занятие. Спрос потребителей на услуги гостеприимства Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства	2	3	

	7.	Практическое занятие. Факторы внешней и внутренней среды Планирование и прогнозирование продаж гостиничных услуг в зависимости от различных факторов внешней и внутренней среды. Оценка эффективности работы службы бронирования и продаж.	2	3	
Тема 1.2 Рынок гостиничных услуг	Содержание учебного материала		12		
	8.	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	2	ОК 01 ОК 04 ОК 05 ПК 4.1
	9.	Оценка конъюнктуры рынка. Рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспективы развития рынка гостиничных услуг.	2	2	ПК 4.2 ЛР 2 ЛР 3
	10.	Сегментация рынка гостиничных услуг Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. Методы управления продажами с учетом сегментации.	2	2	
	11.	Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Особенности работы с различными категориями гостей. Принципы создания системы «лояльности» работы с гостями.	2	2	
	12.	Практическое занятие. Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг Осуществление мониторинга рынка гостиничных услуг. Выделение целевого сегмента клиентской базы. Сбор и анализ информации о потребностях целевого рынка.	2	3	
	13.	Практическое занятие. Рыночные концепции маркетинга Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Решение ситуационных задач, кейсов. Разработка мероприятий по повышению лояльности гостей.	2	3	
Тема 1.3. Составляющие комплекса маркетинга.	Содержание учебного материала		14		
	14.	Составляющие комплекса маркетинга Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P). Основы предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства.	2	2	ОК 04 ОК 11 ПК 4.1
	15.	Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Каналы и технологии продаж гостиничного продукта. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.	2	2	ПК 4.2 ПК 4.3 ЛР 2 ЛР 3
	16.	Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Способы управления доходами гостиницы. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифная политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.	2	2	
	17.	Организация товародвижения	2	2	

		Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Виды каналов сбыта гостиничного продукта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.			
	18.	Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. Критерии и методы оценки эффективности работы персонала гостиницы по продажам. Виды отчетности по продажам. Методика проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.	2	2	
	19.	Практическое занятие. Рыночный жизненный цикл гостиничного продукта Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления. Ориентация в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля. Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта и разработка мероприятий по ее повышению. Выявление достоинств и недостатков коммерческой идеи.	2	3	
	20.	Практическое занятие. Формирование спроса и стимулирование сбыта гостиничного продукта Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов. Деловая игра по проведению обучения персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж. Организация работы коллектива и команды.	2	3	
		Содержание учебного материала	16		
Тема 1.4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	21.	Цели и средства маркетинговых коммуникаций Реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).	2	2	ОК 01 ОК 05 ОК 09 ОК 10 ОК 11 ПК 4.2
	22.	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	2	ПК 4.3 ЛР 2 ЛР 3
	23.	Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.	2	2	
	24.	Практическое занятие. Стимулирование сбыта гостиничного продукта, виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. Методы максимизации доходов гостиницы. Разработка и представление предложений по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.	2	3	
	25.	PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. Порядок выстраивания презентации гостиничного предприятия.	2	2	
	26.	Практическое занятие. Разработка рекламного обращения Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки, с учетом правил построения простых и сложных предложений, используя бытовую и	2	3	

		профессиональную лексику.			
	27.	Практическое занятие. Разработка рекламной компании гостиничного предприятия Разработка рекламной компании гостиничного предприятия: распознавание задачи и/или проблемы в профессиональном контексте, ее анализ и выделение составных частей, определение этапов ее решения, поиск информации, составление плана действий и определение необходимых ресурсов. Оценка результата и последствий своих действий. Оформление бизнес-плана.	2	3	
	28.	Практическое занятие. Формирование рекламных материалов Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.), с использованием лексического минимума, относящегося к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности.	2	3	
Тема 1.5. Методологические основы маркетинговых исследований.	Содержание учебного материала		14		
	29.	Методологические основы маркетинговых исследований Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования. Алгоритм выполнения работ (маркетинговых исследований) в профессиональной и смежных областях. Основы проектной деятельности.	2	2	ОК 01-02 ОК 04-05 ПК 4.2 ПК 4.3 ЛР 2 ЛР 3
	30.	Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте. Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности. Приемы структурирования информации. Формат оформления результатов поиска информации.	2	2	
	31.	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. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. Правила оформления документов.	2	2	
	32.	Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет, с учетом особенностей социального и культурного контекста. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления.	2	2	
	33.	Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Психология личности потенциальных потребителей. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	2	2	
	34.	Практическое занятие. Методы поиска и анализа актуальной информации Поиск и анализ актуальной информации в сети Интернет: определение задачи поиска информации, необходимых источников информации, планирование процесса поиска, структурирование и выделение наиболее значимого из полученной информации, оценка практической значимости результатов поиска, оформление результатов.	2	3	
	35.	Практическое занятие. Составление анкет Отработка навыков составления анкет.	2	3	
Тема 1.6.	Содержание учебного материала		6		

Конкурентоспособность гостиничного предприятия	36.	Конкурентоспособность гостиничного предприятия 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. Способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ.	2	2	ОК 01-05 ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3 ЛР 2 ЛР 3
	37.	Практическое занятие. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Решение профессиональных задач. Определение взаимосвязи конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. Презентация идеи открытия собственного дела в индустрии гостеприимства.	2	3	
	38.	Практическое занятие. Оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению	2	3	
		Самостоятельная работа обучающегося: Поиск и анализ актуальной нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности. Подготовка презентации на одну из тем: «Современные тенденции развития гостиничного бизнеса» «Содержание комплекса маркетинга, его социально-экономическое значение» «Коммуникации на современном рынке» «Опрос как основной метод сбора информации» «Исследование конкурентов: анализ существующих подходов»; «Конкурентные стратегии гостиничного предприятия» Выполнение реферата на одну из тем: «Проблемы и перспективы развития каналов распределения на российском рынке»; «Средний класс как сегмент рынка, особенности этого сегмента в России».	2	3	ОК 01-05 ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3 ЛР 2 ЛР 3
консультация Экзамен			2 6		ОК 01-05 ОК 09-11 ПК 4.1-4.3 ЛР 2 ЛР 3
Объем образовательной программы Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем в том числе: лекции, уроки практические занятия лабораторные занятия Консультации Промежуточная аттестация в форме экзамена самостоятельная работа			86 76 48 28 - 2 6 2		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета

Наименование	Оснащение кабинета
Учебный кабинет маркетинга, менеджмента и управления персоналом № 32	1. рабочее место преподавателя 2. рабочее место обучающегося: парты- 15 шт., стулья – 30 штук 3. меловая доска
Информационно-библиотечный центр	1. проектор – 1 шт., 2. 5 компьютеров с выходом в Интернет
Учебный кабинет информационных технологий в профессиональной деятельности № 47	1. компьютеры – 12 шт., 2. компьютерные столы – 12 шт. 3. принтер – 1 шт., 4. интерактивная доска – 1 шт., 5. мультимедийный проектор – 1 шт., 6. наглядные пособия – 10 шт., 7. рабочее место преподавателя 8. рабочее место обучающегося: парты- 15 шт., стулья – 30 штук 9. меловая доска

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

Соколова, С. В. Основы маркетинга гостиничных услуг [Текст] : учебник для студ. учреждений СПО / С. В Соколова. –М.: ИЦ «Академия», 2018. – 192 с.

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
4. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
5. <http://www.aup.ru/library/>-Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.
6. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
7. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал
8. <http://www.frio.ru>Федерация Рестораторов и Отельеров России.
9. www.marketologi.ru(сайт гильдии маркетологов).
10. www.btlregion.ru(всё о BTL).
11. <http://marketing.rbc.ru/>(исследования РБК).
12. www.gks.ru(Гос. служба статистики).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения учебных и практических занятий, текущего и промежуточного контроля, а также выполнения обучающимися индивидуальных (групповых) внеаудиторных самостоятельных работ (ВСР)

Раздел и/или тема	Результаты освоения дисциплины		Вид контроля	Формы и методы контроля	Вид оценочного средства	Форма индивидуального учёта успеваемости	Оценка результатов**
	ЗУН*	Компетенции (код)					
Раздел 1. Темы 1.1- 1.6	1,2	ОК 01-05 ОК 09-11 ПК 4.1-4.3	Текущий	Письменный и устный опрос Выполнение практических и самостоятельных работ	Задание для письменного и устного опроса Задание для выполнения практической и самостоятельной работы	Учебный журнал	Бальная (2-5)
ОП.02	1,2	ОК 01-05 ОК 09-11 ПК 4.1-4.3	Промежуточный	Экзамен	Экзаменационные билеты	Учебный журнал Ведомость промежуточной аттестации Зачетные книжки Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК

ЗУН *

- 1 - знания
- 2- умения
- 3 – навыки

Оценка результатов **

- 1) в баллах (2-5)
- 2) дихотомическая оценка:
 - 1 – оценка положительная, т.е. ОК сформированы
 - 0 – оценка отрицательная, т.е. ОК не сформированы

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины	Характеристики демонстрируемых знаний 75% правильных ответов	Тестирование Устный опрос
<p>Знание особенностей маркетинга в гостиничной деятельности, его цели и методологию.</p> <p>Определять объекты маркетинговой деятельности.</p> <p>Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом, понятие «гостиничный продукт», его специфические черты</p> <p>Описывать факторы, формирующие окружающую среду предприятия.</p> <p>Знать рыночные стратегии маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.</p> <p>Знать основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка.</p> <p>Особенности развития рынка гостиничных услуг.</p> <p>Указывать особенности сегментации рынка гостиничных услуг и стратегии охвата целевого рынка.</p> <p>Знать и перечислять составляющие комплекса маркетинга, его базовые элементы</p> <p>Характерные особенности и принципы формирования комплексного гостиничного продукта.</p> <p>Определять особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политики гостиничного предприятия</p> <p>Оценивать каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг.</p> <p>Определять основные направления продвижения гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные продажи и средства стимулирования сбыта.</p> <p>Называть специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта, определять виды стимулирования сбыта.</p> <p>Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования.</p> <p>Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации.</p> <p>Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет.</p> <p>Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта.</p> <p>Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки.</p> <p>Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.</p>		
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
<p>Анализировать состояние спроса потребителей на услуги гостеприимства.</p> <p>Представить зависимость объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды;</p> <p>Определить целевой сегмент потребителей гостиничных услуг.</p> <p>Решить ситуационные задания на определение использования рыночных концепций маркетинга.</p> <p>Определить рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и способы его продления.</p> <p>Разработать практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.</p> <p>Разработать рекламное обращение гостиничного предприятия для различных целевых сегментов.</p> <p>Сформировать рекламные материалы (брошюру, каталог, буклет и т.д.).</p> <p>Разработать программу рекламной компании гостиничного предприятия.</p> <p>Решать проблему выбора средств распространения</p>	<p>Оценка процесса</p> <p>Оценка результатов</p> <p>Экспертная оценка</p> <p>выполнения</p> <p>ситуационных задач</p>	<p>Оценка результатов</p> <p>выполнения</p> <p>практической</p> <p>работы</p>

<p>рекламы и оценка ее эффективности».</p> <p>Использовать методы поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».</p> <p>Анализировать рынок гостиничных услуг, для определения инструментов маркетинга, применяемых в гостиничном предприятии.</p> <p>Демонстрировать навыки составления анкет.</p> <p>Демонстрировать навыки оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению.</p>		
---	--	--

ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРОГРАММЫ В ЧАСТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЛИЧНОСТНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Код личностных результатов реализации программы воспитания	Критерии ЛР	Методы измерения показателей ЛР
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	<p>Анкетирование</p> <p>Опросы</p> <p>Тестирования различного вида</p> <p>Индивидуальные беседы</p>
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	<p>Наблюдение за поведением студентов</p>

