

**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, 2020

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 ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА ПРИМЕРНОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
3. ПРИМЕРНЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ	17
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	19

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг**

### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины **ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг** является частью основной образовательной программы в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

### **1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Учебная дисциплина относится к общепрофессиональному циклу.

### **1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь:**

- 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 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).
- 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

- 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

- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- 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;
- 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 деятельности
- особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.
- современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
- 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
- основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие общие (ОК) и профессиональные компетенции (ПК):

## ОК

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. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

## ПК 4.1 - 4.3

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.

### *Спецификация общих и профессиональных компетенций*

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 4.1	планировать и прогнозировать продажи.	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта.
ПК 4.2	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;	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

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



	<p>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).</p>	<p>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.</p>
ОК 02	<p>определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска;  структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска.</p>	<p>номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.</p>
ОК 03	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования</p>
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды;  взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами</p>	<p>психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности</p>
ОК 05	<p>излагать свои мысли на государственном языке;  оформлять документы.</p>	<p>особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.</p>
ОК 09	<p>применять средства информационных технологий для решения</p>	<p>современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное</p>

	<p>профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение</p>	<p>обеспечение в профессиональной деятельности.</p>
<p>ОК 10</p>	<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>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>ОК11</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>основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>

#### **1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:**

Объем образовательной программы 86 часов

Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем 84 часа

Консультация 2 часа

Экзамен 6 часов

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем образовательной программы</b>	86
Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем	84
в том числе: лекции, уроки	48
практические занятия	28
лабораторные занятия	-
консультации	2
промежуточная аттестация в форме экзамена	6
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	2
Виды самостоятельных работ: <i>поиск и анализ актуальной нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выполнение реферата и подготовка презентации;</i>	

## 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, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
<b>1 курс, 2 семестр</b>				
<b>Раздел 1. Основы маркетинга гостиничных услуг</b>				
Тема 1.1 Введение в маркетинг гостиничных услуг	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>14</b>		
	1. <b>Введение в маркетинг гостиничных услуг</b> 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
	2. <b>Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии:</b> цели, задачи. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.	2	2	
	3. <b>Нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования</b> 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. <b>Объекты маркетинговой деятельности:</b> 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. <b>Окружающая среда гостиничного предприятия:</b> макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	2	2	
	6. <b>Практическое занятие. Спрос потребителей на услуги гостеприимства</b> Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства	2	3	
	7. <b>Практическое занятие. Факторы внешней и внутренней среды</b> Планирование и прогнозирование продаж гостиничных услуг в зависимости от различных факторов внешней и внутренней среды. Оценка эффективности работы службы бронирования и продаж.	2	3	

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

	18.	<b>Продвижение как составляющее комплекса маркетинга.</b> 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.	<b>Практическое занятие. Рыночный жизненный цикл гостиничного продукта</b> 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.	<b>Практическое занятие. Формирование спроса и стимулирование сбыта гостиничного продукта</b> 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	
		<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16</b>		
Тема 1.4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	21.	<b>Цели и средства маркетинговых коммуникаций</b> 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 ПК 4.3
	22.	<b>Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды.</b> Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.	2	2	
	23.	<b>Эффективность рекламы различных видов.</b> Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.	2	2	
	24.	<b>Практическое занятие. Стимулирование сбыта гостиничного продукта, виды, назначение.</b> 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.	<b>PR - «Паблик рилейшнз»:</b> понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. Порядок выстраивания презентации гостиничного предприятия.	2	2	
	26.	<b>Практическое занятие. Разработка рекламного обращения</b> Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки, с учетом правил построения простых и сложных предложений, используя бытовую и профессиональную лексику.	2	3	
	27.	<b>Практическое занятие. Разработка рекламной компании гостиничного предприятия</b> Разработка рекламной компании гостиничного предприятия: распознавание задачи и/или проблемы в	2	3	

		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.			
	28.	<b>Практическое занятие.Формирование рекламных материалов</b> 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.	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>14</b>		
	29.	<b>Методологические основы маркетинговых исследований</b> 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
	30.	<b>Основные принципы организации маркетингового исследования.</b> (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.	<b>Полевые и кабинетные исследования.</b> 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.	<b>Анкетная форма сбора маркетинговой информации:</b> 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.	<b>Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения.</b> Необходимость изучения потребительского поведения. Психология личности потенциальных потребителей. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	2	2	
	34.	<b>Практическое занятие.Методы поиска и анализа актуальной информации</b> 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.	<b>Практическое занятие. Составление анкет</b> Отработка навыков составления анкет.	2	3	
Тема 1.6. Конкурентоспособность гостиничного предприятия	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>6</b>		
	36.	<b>Конкурентоспособность гостиничного предприятия</b> Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и	2	2	ОК 01-05 ОК 11 ПК 4.1

	гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг. <b>Способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ.</b>			ПК 4.2 ПК 4.3
37.	<b>Практическое занятие. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия.</b> Решение профессиональных задач. Определение взаимосвязи конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. <b>Презентация идеи открытия собственного дела в индустрии гостеприимства.</b>	2	3	
38.	<b>Практическое занятие. Оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия</b> Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению	2	3	
	<b>Самостоятельная работа обучающегося:</b> <b>Поиск и анализ актуальной нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности.</b> 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
<b>консультация</b>		<b>2</b>		ОК 01-05
<b>Экзамен</b>		<b>6</b>		ОК 09-11 ПК 4.1-4.3
<b>Объем образовательной программы</b>		<b>86</b>		
<b>Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>		<b>84</b>		
в том числе: лекции, уроки		48		
практические занятия		28		
лабораторные занятия		-		
консультации		2		
промежуточная аттестация в форме экзамена		6		
<b>самостоятельная работа</b>		<b>2</b>		



### 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.

##### Интернет-ресурсы:

1. PRO-персонал [Электронный ресурс] :электронный журнал. – Режим доступа:<http://www.pro-personal.ru>
2. HR-Journal.ru [Электронный ресурс]: электронный журнал. – Режим доступа:<http://www.hr-journal.ru>

#### 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