**Министерство образования и науки Калужской области**

**Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение**

**Калужской области «Калужский колледж экономики и технологий»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### ОП 02. Основы маркетинга гостиничных услуг

*по программе подготовки специалистов среднего звена*

специальности:

**43.02.14 Гостиничное дело**

**Калуга 2021**

**E:\ДОКУМЕНТЫ\Мои документы\43.02.14 Гостиничное дело 2017 02.11\Рабочие программы 43.02.14 2021\ОПД\43.02.14 ОП.02 Основы маркетинга ГУ\основы маркетинга гостиничных услуг.tif**

**СОДЕРЖАНИЕ**

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

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

**1.2.Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся осваивает элементы основных и профессиональных компетенций, личностных результатов реализации программы воспитания:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код**  **ПК, ОК** | **Умения** | **Знания** |
| ПК 4.1 | планировать и прогнозировать продажи. | рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;  виды каналов сбыта гостиничного продукта. |
| ПК 4.2 | осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;  выделять целевой сегмент клиентской базы;  собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;  ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;  разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;  выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;  проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж. | способы управления доходами гостиницы;  особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;  особенности работы с различными категориями гостей;  методы управления продажами с учётом сегментации;  способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;  особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;  каналы и технологии продаж гостиничного продукта;  ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;  принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;  методы максимизации доходов гостиницы;  критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;  виды отчетности по продажам;  нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и 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. |
| ПК 4.3. | оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;  определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;  разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта. | критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;  виды отчетности по продажам. |
| ОК 01 | 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 документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития | содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования |
| ОК 04 | 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 | **п**рименять 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 |

**1.3 Личностные результаты освоения образовательной программы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Личностные результаты**  **реализации программы воспитания**  *(дескрипторы)* | **Код личностных результатов реализации программы воспитания** |
| **Портрет выпускника СПО** | |
| Осознающий себя гражданином и защитником великой страны. | **ЛР 1** |
| 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 2** |
| Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. | **ЛР 3** |
| Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа». | **ЛР 4** |
| Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России. | **ЛР 5** |
| Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях. | **ЛР 6** |
| Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. | **ЛР 7** |
| Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства. | **ЛР 8** |
| Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях. | **ЛР 9** |
| Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой. | **ЛР 10** |
| Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. | **ЛР 11** |
| Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания. | **ЛР 12** |
| **Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности** | |
| Выполняющий профессиональные навыки в сфере гостиничного дела. | **ЛР 13** |
| **Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные**  **министерством образования и науки Калужской области** | |
| Осознающий состояние социально-экономического и культурного-исторического развития потенциала Калужской области и содействующий его развитию. | **ЛР 14** |
| Проявляющий интерес к изменению регионального рынка труда. | **ЛР 15** |
| Демонстрирующий готовность к участию в инновационной деятельности Калужского региона. | **ЛР 16** |
| Выполняющий профессиональные навыки гостиничного дела с учетом специфики Калужской области. | **ЛР 17** |
| **Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями** | |
| Осознающий необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности. | **ЛР 18** |
| Использующий грамотно профессиональную документацию. | **ЛР 19** |
| Демонстрирующий готовность поддерживать партнерские отношения с коллегами, работать в команде. | **ЛР 20** |
| Выполняющий трудовые функции в сфере гостиничного дела. | **ЛР 21** |
| **Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса** | |
| Демонстрирующий готовность к эффективной деятельности в рамках выбранной профессии, обладающий наличием трудовых навыков. | **ЛР 22** |
| Соблюдающий Устав и правила внутреннего распорядка, сохраняющий и преумножающий традиции и уклад образовательного учреждения, владеющий знаниями об истории колледжа, умеющий транслировать положительный опыт собственного обучения. | **ЛР 23** |
| Соблюдающий этические нормы общения. | **ЛР 24** |

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Объем учебной дисциплины** | **76** |
| в том числе: | |
| теоретическое обучение | 48 |
| лабораторные работы | - |
| практические занятия | 28 |
| курсовая работа (проект) | - |
| контрольная работа | - |
| **Самостоятельная работа** | - |
| **Промежуточная аттестация в форме экзамена** | |

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся** | **Объем часов** | **Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Тема 1**  **Введение в маркетинг гостиничных услуг.** | **Содержание учебного материала** | **8** |  |
| **1.** Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. | 2 | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.1, ПК 4.2  ПК 4.3 ЛР 1- ЛР24 |
| **2** Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи**. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели,** функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями. | 2 | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.1, ПК 4.2  ПК 4.3, ЛР 1- ЛР24 |
| **3.** Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса. | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.2, ЛР 1- ЛР24 |
| **4.** Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия. | 2 | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.2 ,ЛР 1- ЛР24 |
| **Тематика практических занятий** | **4** |  |
| **1. Практическая работа –** «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства». | 2 | ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **2. Практическая работа –** «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»; | 2 | ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **Тема 2**  **Рынок гостиничных услуг.** | **Содержание учебного материала** | **6** | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **1.** Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг. | 2 |
| **2.** Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг. | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **3.** Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. | 2 | ОК 01 - ОК 12  ПК 4.1, ПК 4.2 6  ЛР 1- ЛР24 |
| **Тематика практических занятий** | **4** |  |
| **1. Практическая работа – «**Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг». | 2 | ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **2. Практическая работа –** «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов. | 2 | ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.** | **Содержание учебного материала** | **10** |  |
| **1.** Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р). | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **2.** 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 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **3.** Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования. | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **4.** Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.2, ЛР 1- ЛР24 |
| **5.** Продвижение как составляющее комплекса маркетинга**.** Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства. | 2 | ОК 01 - ОК 10  ЛР 1- ЛР24 |
| **Тематика практических занятий** | **6** | ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **1. Практическая работа – «**Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.». | 2 |
| **2. Практическая работа – «**Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов». | 4 | ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия** | **Содержание учебного материала** | **10** |  |
| **1.** Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг). | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.1  ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **2.** Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. | 2 | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.2  ПК 4.3  ЛР 1- ЛР24 |
| **3.** Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. | 2 | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.2, ПК 4.3  ЛР 1- ЛР24 |
| **4.** Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. | 2 | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **5** PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий**.** Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. | 2 | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **Тематика практических занятий** | **6** |  |
| **1. Практическая работа – «**Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки». | 2 | ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **2.** **Практическая работа – «**Овладение методикой разработки рекламной компаниигостиничного предприятия». | 2 | ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **3. Практическая работа – «**Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.». | 2 | ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.** | **Содержание учебного материала** | **10** | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **1.** Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования. | 2 |
| 2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации. | 2 | ОК 01 - ОК 10,ПК 4.1, ПК 4.2, ЛР 1- ЛР24 |
| 3**.** Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| 4. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления. | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| 6.Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг. | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.2, ПК 4.3  ЛР 1- ЛР24 |
| **Тематика практических занятий** | **4** | ПК 4.1, ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **1. Практическая работа – «**Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет». | 2 |
| **2. Практическая работа – «**Отработка навыков составления анкет». | 2 |
| **Тема 6**  **Конкурентоспособность гостиничного предприятия** | **Содержание учебного материала** | **4** | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **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. | 2 | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.2  ЛР 1- ЛР24 |
| **Тематика практических занятий** | **4** | ПК 4.1, ПК 4.2  ПК 4.3  ЛР 1- ЛР24 |
| **1. Практическая работа – «**Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению». |
| **Всего:** | | **76**  **часов** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

**3.1. Материально-техническое обеспечение**

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

* кабинет «Основы маркетинга», оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; компьютерные места для обучающихся; рабочее место преподавателя.
* техническими средствами обучения: компьютер; мультимедийная доска мультимедийный проектор (цифровой проектор); проекционный экран.

Лабораторий – не предусмотрено.

**3.2. Информационное обеспечение обучения**

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

**3.2.1. Печатные издания**

1. [Барышев А.Ф.](http://www.prodalit.ru/cat/?Author=%22%d0%91%d0%b0%d1%80%d1%8b%d1%88%d0%b5%d0%b2+%d0%90.%d0%a4.&Mode=find) Маркетинг, Серия: [Среднее профессиональное образование](http://www.prodalit.ru/cat/?BSer=%22%d0%a1%d1%80%d0%b5%d0%b4%d0%bd%d0%b5%d0%b5+%d0%bf%d1%80%d0%be%d1%84%d0%b5%d1%81%d1%81%d0%b8%d0%be%d0%bd%d0%b0%d0%bb%d1%8c%d0%bd%d0%be%d0%b5+%d0%be%d0%b1%d1%80%d0%b0%d0%b7%d0%be%d0%b2%d0%b0%d0%bd%d0%b8%d0%b5&Mode=find), Академия, : 2012 г. -: 224 стр.
2. «Основы маркетинга» Учебник для училищ и колледжей Д.В.Тюрин, Липсиц И.В., Дымшиц М.Н. и др. «Основы маркетинга» Учебник для училищ и колледжей. Под ред. И.В.Липсица и М.Н.Дымшица – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2014. – 208с.
3. Реброва Н.П., Основы маркетинга. Учебник и практикум для СПО, Юрайт, 2016, - 277 с.
4. Маркетинг в сфере услуг: Учебное пособие, [Скрынникова И.А.](http://www.knigafund.ru/authors/28047)Издательство МГУ, 2012 г. - 208 с.
5. [Маркетинговые исследования. Учебник для СПО, 2016 г.](http://my-book-shop.ru/sec/10646/id/2021722.htm)Тюрин Д.В., Юрайт, 2016, - 342 с.

6. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. https://www.biblio-online.ru/viewer/782CA950-0240-4EA0-97C5-BE8E55B0642F#page/1

7. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для СПО / С. В. Карпова ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04297-9. https://www.biblio-online.ru/viewer/C7EB260A-4BC3-4090-844C-03B7AC3113D7#page/1

8. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. https://www.biblio-online.ru/viewer/1D8C1758-4837-4253-B4AF-2A472622392A#page/1

9. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01582-9. https://www.biblio-online.ru/viewer/8A23049A-F2D5-41EF-A002-54F10F4A564B#page/1

10. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. https://www.biblio-online.ru/viewer/2CDBBA69-9128-4A68-9154-551C3D290B59#page/1

**3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)**

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

**3.2.3. Дополнительные источники** (при необходимости)

1. Маркетинг услуг: Учебник / О. Н. Романенкова, И. М. Синяева, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 252 с.
2. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология:, учебное пособие, [Царев В.В.](http://www.knigafund.ru/authors/5496), [Кантарович А.А.](http://www.knigafund.ru/authors/5497), [Черныш В.В.](http://www.knigafund.ru/authors/26393), Юнити-Дана, 2012 г. - 799 с.
3. Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой [Артемьева О.А., Азарова С.П., Карпова С.В., Козлова Н.П., Поляков В.А., Рожков И.В.]. — М.: Издательство Юрайт, 2014, 456с.
4. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров/ Д. В. Тюрин — М.: Издательство Юрайт, 2013. — 342 с. — Серия: Бакалавр. Углубленный курс.
5. [Деловое общение специалиста по рекламе. Учебное пособие](http://www.biblioclub.ru/book/114801/) , [Ломова О. С.](http://www.biblioclub.ru/author.php?action=book&auth_id=32682) М.: Юнити - Дана, 2012.
6. Разработка и технологии производства рекламного продукта. Учебник и практикум для академического бакалавриата. - Романов А.А., Поляков В.А. - Москва, Юрайт, 2014.
7. [Брендинг. Как создать мощный бренд. Учебник](http://www.biblioclub.ru/book/83183/) 3-е изд., [Чернатони Л.,](http://www.biblioclub.ru/author.php?action=book&auth_id=19606)  М.: Юнити-Дана, 2012.
8. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Методы оценки** |
| **Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:** |  |  |
| Знание о[собенностей маркетинга в гостиничной деятельности](http://www.redov.ru/nauchnaja_literatura_prochee/osnovy_industrii_gostepriimstva/p12.php#metkadoc3), 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](http://www.redov.ru/nauchnaja_literatura_prochee/osnovy_industrii_gostepriimstva/p12.php#metkadoc6) и их применение предприятием гостеприимства. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Знать основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности развития рынка гостиничных услуг. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Указывать особенности сегментации рынка гостиничных услуг и стратегии охвата целевого рынка. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Знать и перечислять составляющие комплекса маркетинга, его базовые элементы Характерные особенности и принципы формирования комплексного гостиничного продукта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Оценивать каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Определять основные направления продвижения гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные продажи и средства стимулирования сбыта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Называть специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта, определять виды стимулирования сбыта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки. Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| **Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины** |  |  |
| Анализировать состояние спроса потребителей на услуги гостеприимства. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Представить зависимость объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды; | Оценка результатов | Оценка процесса  выполнения практической работы |
| Определить целевой сегмент потребителей гостиничных услуг. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Решить ситуационные задания на определение использования рыночных концепций маркетинга. | Оценка результатов | Оценка результатов выполнения практической работы |
| Определить рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и способы его продления. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Разработать практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов. | Оценка результатов | Оценка результатов  выполнения практической работы |
| Разработать рекламное обращение гостиничного предприятия для различных целевых сегментов. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Сформировать рекламные материалы (брошюру, каталог, буклет и т.д.). | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Разработать программу рекламной компаниигостиничного предприятия. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Решать проблемувыбора 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 навыкисоставления анкет. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Демонстрировать навыкиоценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |