Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Мишкина Л. В.
Должность: директор
Дата подписания: 21.03.2022 09:52:54
Уникальный программный ключ:
8816e64d7bbb2e4cb90358045a91cd7fed713c59

Государственное профессиональное образовательное учреждение
Тульской области
«Тульский колледж строительства и отраслевых технологий»
(ГПОУ ТО «ТКСиОТ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора по УМР
_____ Н.М. Вагнер
«30» ____июня____ 2020 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.08 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Председатель цикловой методической комиссии
профессий и специальностей социально-экономического профиля
_____М.А. Морозова
«___16___» _____июня_____2020 года

Тула – 2020

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.08 Основы маркетинга гостиничных услуг разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09 декабря 2016 года №1552 (регистрационный номер 44974 от 26 декабря 2016 года Министерства юстиции Российской Федерации) и примерной рабочей программы учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» (регистрационный номер 43.02.14 – 170717).

Организация-разработчик: государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Тульский колледж строительства и отраслевых технологий» (далее – ГПОУ ТО «ТКСиОТ»).

Разработчики:
Сергеева Оксана Владимировна – преподаватель ГПОУ ТО «ТКСиОТ».

Рассмотрена и одобрена цикловой методической комиссией профессий и специальностей социально-экономического профиля, протокол № 5 от « 16 » июня 2020 года.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.08 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 08 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

1.1 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.08 Основы маркетинга гостиничных услуг является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.14 Гостиничное дело. Дисциплина входит в общепрофессиональный цикл.

Учебная дисциплина «Основы маркетинга гостиничных услуг» обеспечивает формирование и развитие общих и профессиональных компетенций:

-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.Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале;

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

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

1.2 Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания.

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	способы управления доходами

	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.	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	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;

	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).	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	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-

	профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования	планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем учебной программы	**60**
в том числе:	
теоретические занятия	46
практические занятия	12
контрольные работы	
курсовая работа	
Самостоятельная работа: -подготовка докладов, -создание компьютерных презентаций, -проработка конспектов, учебной литературы, -изучение нормативных документов	
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.08 Основы маркетинга гостиничных услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
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.		ОК 01 – ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 – ПК 4.3
	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.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 – ПК 4.3
	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.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	4. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	**2**	
	1. Практическая работа – «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства».		ПК 4.1 - ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»		ПК 4.1 - ПК 4.2
Тема 2 Рынок гостиничных услуг.	**Содержание учебного материала**	**8**	
	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.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 - ПК 4.2
	2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспективы развития рынка гостиничных услуг.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 - ПК 4.2
	3. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации.		ОК 01 - ОК 05

	Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.		ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	4. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 - ПК 4.2
	Тематика практических занятий	**2**	
	1. Практическая работа – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг».		ПК 4.1 - ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.		ПК 4.1 - ПК 4.2
Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.	**Содержание учебного материала**	**8**	
	1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 - ПК 4.2
	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.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 - ПК 4.2
	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.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 - ПК 4.2
	4. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	5. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга**.** Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	**2**	
	1. Практическая работа – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.».		ПК 4.1 - ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».		ПК 4.2
Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия	**Содержание учебного материала**	**8**	
	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).		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 - ПК 4.2

	2. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2 - ПК 4.3.
	3. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.		ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 - ПК 4.3
	4. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	5 PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий**.** Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	**3**	
	1. Практическая работа – «Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки».		ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».		ПК 4.2
	3. Практическая работа – «Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.».		ПК 4.2
Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.	**Содержание учебного материала**	**12**	
	1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 - ПК 4.2
	2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 - ПК 4.2
	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		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	4 . Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	5**.** Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления**.**		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	6. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2 - ПК 4.3.
	Тематика практических занятий	**2**	

	1. Практическая работа – «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».		ПК 4.1 - ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Отработка навыков составления анкет».		ПК 4.1 - ПК 4.2
Тема 6 Конкурентоспособность гостиничного предприятия	**Содержание учебного материала**	**2**	
	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.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	2. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.		ОК 01 - ОК 05 ОК 09 – ОК 11 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	**1**	
	1. Практическая работа – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».		ПК 4.1 – ПК 4.3
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета		**2**	
Всего		**60**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.

3.1. Наименование и характеристика учебной аудитории, перечень оборудования и технических средств

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

кабинет «Основы маркетинга», оснащенный оборудованием (посадочные места по количеству обучающихся; компьютерные места для обучающихся; рабочее место преподавателя);

техническими средствами обучения: (компьютер; интерактивная доска, мультимедийный проектор).

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Печатные издания:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг, Серия: Среднее профессиональное образование, Академия: 2017 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, 2018. – 208с.

3. Реброва Н.П., Основы маркетинга. Учебник и практикум для СПО, Юрайт, 2018, - 277 с.

4. Маркетинг в сфере услуг: Учебное пособие, Скрынникова И.А. Издательство МГУ, 2017 г. - 208 с.

5. Маркетинговые исследования. Учебник для СПО, 2016 г. Тюрин Д.В., Юрайт, 2018, - 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, 2018. — 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, 2019. — 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, 2018. — 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, 2017. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа http://znanium.com]
2. Энциклопедия маркетинга: http://marketing.spb.ru/
3. Сайт гильдии маркетологов: http://www.marketologi.ru/
4. Сайт Российской ассоциации маркетинга: http://www.ram.ru/
5. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: http://4p.ru/
6. http://www.aup.ru/library/ - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.
7. Административно-управленческий портал: http://www.aup.ru
8. http://www.marketingandresearch.ru/-журнал
9. http://www.frio.ru Федерация Рестораторов и Отельеров России.
10. http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx
11. http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html (электронные учебники).
12. http://studentam.net/content/view/515/58/ (электронные учебники).
13. www.hospitality.ru
14. http://piter-press.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie_menegement.html
15. www.marketologi.ru (сайт гильдии маркетологов).
16. www.btlregion.ru (всё о BTL).
17. http://marketing.rbc.ru/ (исследования РБК).
18. www.gks.ru (Гос. служба статистики).

3.2.3. Дополнительные источники (при необходимости)

1 Маркетинг услуг: Учебник / О. Н. Романенкова, И. М. Синяева, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. — 252 с.

2 Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология:, учебное пособие, Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В., Юнити-Дана, 2016 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, 2017, 456с.

4 Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров/ Д. В. Тюрин — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 342 с. — Серия: Бакалавр. Углубленный курс.

5 Деловое общение специалиста по рекламе. Учебное пособие , Ломова О. С. М.: Юнити - Дана, 2012.

6 Разработка и технологии производства рекламного продукта. Учебник и практикум для академического бакалавриата. - Романов А.А., Поляков В.А. - Москва, Юрайт, 2017.

7 Брендинг. Как создать мощный бренд. Учебник 3-е изд., Чернатони Л., М.: Юнити-Дана, 2012.

4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	**Критерии оценки**	**Методы оценки**
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
Знание особенностей маркетинга в гостиничной деятельности, его цели и методологию.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять объекты маркетинговой деятельности. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом, понятие «гостиничный продукт», его специфические черты	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Описывать факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Знать рыночные стратегии маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Знать основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности развития рынка гостиничных услуг.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Указывать особенности сегментации рынка гостиничных услуг и стратегии охвата целевого рынка.	Ответы на вопросы на знание и понимание 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Знать и перечислять составляющие комплекса маркетинга, его базовые элементы Характерные особенности и принципы формирования комплексного гостиничного продукта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Оценивать каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг.	Ответы на вопросы на знание и понимание 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Определять основные направления продвижения гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные продажи и средства стимулирования сбыта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Называть специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта, определять виды стимулирования сбыта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования.	Ответы на вопросы на знание и понимание 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, 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 компании гостиничного предприятия.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Решать проблему выбора средств распространения рекламы и оценка ее эффективности».	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Использовать методы поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Анализировать рынок гостиничных услуг, для определения инструментов маркетинга, применяемых в гостиничном предприятии.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка процесса
Демонстрировать навыки составления анкет.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Демонстрировать навыки оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения