

к ППССЗ

43.02.14 Гостиничное дело

(квалификация: Специалист по гостеприимству)

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора колледжа
по учебно-методической работе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

СОГЛАСОВАНО

Протокол заседания цикловой комиссии

(подпись) (ФИО)

СОГЛАСОВАНО

Представитель работодателя

(подпись) (ФИО)

М.П.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) для специальности среднего профессионального образования 43.02.14 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 9 декабря 2016 г. №1552 (Зарегистрировано в Минюсте России 26 декабря 2016 г. №44974)

Автор-составитель: Марданова Н.Г. – преподаватель ЧПОУ ТОСПО «ТюмКЭУП»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы маркетинга гостиничных услуг» является обязательной частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

1.2. Цель и планируемые 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; <i>продвигать гостиничный продукт с использованием электронных технологий (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).</i>	Рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта; <i>средства продвижения гостиничного продукта</i>
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; <i>применять методы ценообразования; разрабатывать тарифную политику гостиничного предприятия;</i> разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; <i>разрабатывать программу комплексного гостиничного продукта;</i> <i>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; правильно оформлять документы;</i> <i>продвигать гостиничные продукты с помощью мобильных устройств;</i> <i>определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс</i>	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; <i>особенности ценообразования в гостиничном бизнесе:</i> 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; <i>элементы комплексного гостиничного продукта;</i> <i>правовое регулирование коммуникационной деятельности в гостеприимстве;</i> ; <i>особенности мобильного маркетинга. преимущества и недостатка SMS-маркетинга;</i> <i>особенности Интернет-маркетинг;</i>

	поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска; разрабатывать инструменты формирования бренда гостиничного предприятия; оценивать стоимость бренда; проводить анализ франчайзинга в гостиничном предприятии, оценивать эффективность проектных мероприятий по развитию франчайзинга в гостиничном предприятии; описывать товарный знак конкретной гостиницы; оценивать товарный знак с точки зрения узнаваемости и уместности для предприятия гостеприимства; разрабатывать логотип гостиничного предприятия; составлять рекламные тексты; осуществлять разработку Landing Page; применять методику организации маркетингового исследования; осуществлять поиск и анализ актуальной информации в сети Интернет.	брендинг как инструмент формирования спроса; франчайзинг в системе гостиничного бизнеса; методику разработки рекламной компании гостиничного предприятия; формирование рекламных материалов; методы сбора маркетинговой информации
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; применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение.	критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам; информационные системы в структуре гостиничного комплекса
ОК 01	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).	основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном 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	номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.

	результаты поиска.	
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	применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение	современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
ОК 10	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
ОК11	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности.	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; порядок выстраивания презентации.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	100
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	94
в том числе:	
теоретическое обучение	64
практические занятия	30
Промежуточная аттестация в форме <i>экзамена</i>	6

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг»

Номер занятия	Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа, курсовое проектирование	Объем часов	Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
1.	Специфика сферы гостиничного бизнеса	Содержание учебного материала 1. Особенности гостиничных услуг. 2. Гостиничный продукт: понятие, составляющие, методы формирования.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
2.	Мониторинг рынка гостиничных услуг города Тюмени	Практическое занятие № 1 1. Изучить информацию рынка гостиничных услуг города Тюмени 2. Оформить в презентацию.	2	ПК 4.1 ПК 4.2
3.	Введение в маркетинг гостиничных услуг.	Содержание учебного материала 1. Сущность маркетинга. Основные определения. 2. Цели и задачи маркетинга. 3. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
4.	Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи.	Содержание учебного материала 1. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. 2. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
5.	Объекты маркетинговой деятельности.	Содержание учебного материала 1. Потребность, нужда, спрос, товар, рынок. 2. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
6.	Окружающая среда гостиничного предприятия.	Содержание учебного материала 1. Характеристика макро- и микросреды предприятия. 2. Факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
7.	Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства.	Практическое занятие № 2. 1. Изучить различные состояния спроса на рынке и соответствующие им виды маркетинга. 2. Определить соответствия вида маркетинга и состояния спроса на рынке. 3. Изучить предложенные ситуационные задачи и предложить ответы на поставленные вопросы.	2	ПК 4.1 ПК 4.2
8.	Анализ внутренней среды гостиничного предприятия.	Практическое занятие № 3. 1. Научиться выявлять особенности окружающей среды конкретной гостиницы. 2. Выполнить описание микросреды конкретного гостиничного предприятия. 3. Представить результаты в виде аналитической записки. 4. Проанализировать полученные результаты с разьяснениями.	2	ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.1
9.	Анализ внешней среды гостиничного предприятия.	Практическое занятие № 4. 1. Выполнить описание макросреды конкретного гостиничного предприятия. 2. Представить результаты в виде аналитической записки.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2
10.	Рынок гостиничных	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 11

	услуг.	1. Понятие, виды, признаки, классификация. 2. Рыночные концепции маркетинга. 3. Применение концепции маркетинга предприятием гостеприимства.		ПК 4.1 ПК 4.2
11.	Особенности и перспектив развития рынка гостиничных услуг	Содержание учебного материала 1. Обзор рынка гостиничных услуг в России. 2. Обзор рынка гостиничных услуг в Тюмени 3. Обзор зарубежного рынка гостиничных услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
12.	Сегментация рынка гостиничных услуг	Содержание учебного материала 1. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. 2. Признаки и критерии сегментации. 3. Рыночная ниша. 4. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	2	ОК 01 - ОК 12 ПК 4.2
13.	Стратегии охвата целевого рынка	Содержание учебного материала 1. Стратегии охвата целевого рынка. 2. Недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2
14.	Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.	Практическое занятие № 5. 1. Определить целевой сегмент потребителей. 2. Методы разработки целевого рынка. 3. Методы определения и удовлетворения целевого рынка.	2	ПК 4.1 ПК 4.2
15.	Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.	Практическое занятие № 6. 1. Решение ситуационных задач, кейсов. 2. Формирование умения определять, на каком этапе находится маркетинговое мышление фирмы, исходя из понимания эволюции концепций маркетинга.	2	ПК 4.1 ПК 4.2
16.	Составляющие комплекса маркетинга.	Содержание учебного материала 1. Понятия комплекса маркетинга. 2. Базовые элементы комплекса маркетинга: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P).	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
17.	<i>Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия</i>	Содержание учебного материала 1. Понятие и сущность цены. 2. Выбор методов ценообразования. 3. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
18.	Гостиничный продукт	Содержание учебного материала 1. Характерные особенности гостиничный продукт 2. Жизненный цикл гостиничного продукта.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
19.	<i>Формирование комплексного гостиничного продукта</i>	Содержание учебного материала 1. Элементы комплексного гостиничного продукта. 2. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта. 3. Программа разработки комплексного гостиничного продукта	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
20.	Товародвижения в системе маркетинга.	Содержание учебного материала 1. Организация товародвижения. 2. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
21.	Продвижение в системе	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 10

	маркетинга.	1. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. 2. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.		ПК 4.1 ПК 4.2
22.	Составление матрицы SWOT.	Практическое занятие № 7. 1. Составить матрицу SWOT-анализа гостиничного предприятия. 2. Выбрать комбинации, которые будут учтены руководством гостиницы при разработке стратегии. 3. На основе полученных результатов определить краткосрочные маркетинговые и финансовые цели гостиницы	2	ПК 4.1 ПК 4.2
23.	Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.	Практическое занятие № 8. 1. Концепции ЖЦТ. 2. Определение вида маркетинга на этапах жизненного цикла товара. 3. Анализ рыночных ситуаций, анализ жизнедеятельности гостиниц.	2	ПК 4.1 ПК 4.2
24.	Стимулирование сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.	Практическое занятие № 9. 1. Основные направления стимулирования сбыта гостиничного продукта. 2. Цель стимулирования. 3. Выбор средств для стимулирования спроса на рынке гостиничных услуг.	2	ПК 4.1 ПК 4.2
25.	Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Содержание учебного материала 1. Особенности коммуникационной политики гостиничных предприятий. 2. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
26.	<i>Правовое регулирование коммуникационной деятельности в гостеприимстве.</i>	Содержание учебного материала 1. <i>Правовое регулирование гостиничной деятельности в Российской Федерации.</i> 2. <i>Нормативно правовые акты, регламентирующие коммуникационную деятельность в индустрии гостеприимства.</i>	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
27.	Реклама гостиничных предприятий	Содержание учебного материала 1. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. 2. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
28.	Организация рекламной кампании	Содержание учебного материала 1. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. 2. Выбор видов и носителей рекламы.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
29.	<i>Средства продвижения гостиничного продукта</i>	Содержание учебного материала 1. <i>Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ.</i> 2. <i>Электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).</i>	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1
30.	<i>Мобильный маркетинг</i>	Содержание учебного материала 1. <i>SMS-сообщения используются для проведения викторин, розыгрышей, лотерей, голосований.</i> 2. <i>Преимущества и недостатки SMS-маркетинга</i>	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
31.	<i>Интернет-маркетинг</i>	Содержание учебного материала 1. <i>Методы интернет-маркетинга.</i> 2. <i>Ограничения в интернет-маркетинге.</i>	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
32.	Стимулирования продаж услуг гостиницы.	Содержание учебного материала 1. Организация стимулирования продаж номерного фонда. 2. Организация продаж дополнительных услуг гостиницы.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
33.	Паблик рилейшнз	Содержание учебного материала 1. PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1

		2. Деятельность фирмы по установлению связей с общественностью.		ПК 4.2
34.	Фирменный стиль гостиничного предприятия	Содержание учебного материала 1. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. 2. Особенности его разработки фирменного стиля.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
35.	<i>Брендинг как инструмент формирования спроса.</i>	Содержание учебного материала 1. Понятие и функции бренда. 2. Классификация брендов. 3. Формирование бренда.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
36.	<i>Франчайзинг в системе гостиничного бизнеса.</i>	Содержание учебного материала 1. Понятие и виды франчайзинга, его основные разновидности. 2. Преимущества и недостатки франчайзинга для франшизодателя. 3. Взаимоотношения между франшизодателем и франшизополучателем. Франчайзинг как форма объединения в гостиничных цепях.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
37.	Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки.	Практическое занятие № 10. 1. Понятие рекламы в системе маркетинга. 2. Структура рекламного текста. 3. Приемы составления рекламных слоганов.	2	ПК 4.1 ПК 4.2
38.	<i>Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия.</i>	Практическое занятие № 11. 1. Описать товарный знак конкретной гостиницы. 2. Оценить товарный знак с точки зрения узнаваемости и уместности для предприятия гостеприимства. 3. Разработка логотипа.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
39.	<i>Формирование рекламных материалов.</i>	Практическое занятие № 12. 1. Общие принципы и подходы к составлению рекламных текстов. 2. Анализ различных типов и видов рекламных текстов. 3. Разработка Landing Page.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
40.	Методологические основы маркетинговых исследований.	Содержание учебного материала 1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. 2. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. 3. Цели и задачи, объекты исследования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
41.	Основные направления маркетинговых исследований, их цели и объекты применения.	Практическое занятие № 13. 1. Направления исследовательских работ в маркетинге. 2. Определение целей исследования. 3. Подбор информационных источников при проведении исследования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
42.	<i>Методы сбора маркетинговой информации</i>	Содержание учебного материала 1. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). 2. Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
43.	Опрос, как метод сбора информации	Содержание учебного материала 1. Методы проведения опроса. 2. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
44.	Исследование потребителей услуг гостеприимства	Содержание учебного материала 1. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. 2. Необходимость изучения потребительского поведения. 3. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
45.	Отработка навыков составления	Практическое занятие № 14.	2	ОК 01 - ОК 10

	анкет.	1.Анкета, как орудие сбора первичной информации 2.Анализ собственных действий при разработке анкет.		ПК 4.2
46.	Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Содержание учебного материала	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
		1. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. 2.Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. 3.Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.		
47.	<i>Информационные системы в структуре гостиничного комплекса</i>	Практическое занятие № 15.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.3
		1.Сферы современной автоматизации на предприятии гостеприимства. 2.Современное программное обеспечение, используемое на предприятии гостеприимства.		
		Экзамен	6	
Итого:			100	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. 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.

технические средства обучения: компьютер; мультимедийная доска мультимедийный проектор (цифровой проектор); проекционный экран.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Печатные издания

Основные источники:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг.-М.: Академия, 2018.-224 с.
2. Барышев А.Ф. Маркетинг.-М.: Академия, 2017.-224 с. ЭБС Академия
3. Маркетинговые исследования. Учебник для СПО /Тюрин Д.В.-М.:Юрайт, 2017. - 342 с.ЭБС Юрайт
4. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 277 с. — (Профессиональное образование). ЭБС Юрайт

Дополнительные источники:

1. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для СПО / С. В. Карпова ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. ЭБС Юрайт
2. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.]; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 325 с. ЭБС Юрайт
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 383 с. — (Профессиональное образование). ЭБС Юрайт
4. 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). ЭБС Юрайт

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

Основные источники:

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>]
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://piterpress.ru/thehttp://upravlenkam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie_menegement.html
15. www.marketologi.ru (сайт гильдии маркетологов).
16. www.btlregion.ru (все о BTL).

17. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).
18. www.gks.ru (Гос. служба статистики).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
Знание особенностей маркетинга в гостиничной деятельности, его цели и методологию.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять объекты маркетинговой деятельности. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом, понятие «гостиничный продукт», его специфические черты	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Описывать факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Знать рыночные стратегии маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Знать основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности развития рынка гостиничных услуг.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Указывать особенности сегментации рынка гостиничных услуг и стратегии охвата целевого рынка.	Ответы на вопросы на знание и понимание 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Знать и перечислять составляющие комплекса маркетинга, его базовые элементы. Характерные особенности и принципы формирования комплексного гостиничного продукта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Оценивать каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг.	Ответы на вопросы на знание и понимание 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Определять основные направления продвижения гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные 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