

Министерство образования, науки и молодежной политики Краснодарского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Краснодарского края
«Армавирский механико – технологический техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.02. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

для специальности
43.02.14 Гостиничное дело

ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией

Экономических, бухгалтерских
дисциплин и МДК

Председатель А С.И. Логвиненко

Протокол № 12 от 20 мая 2021г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ КК АМТТ



Д.Пелих


Рассмотрена

на заседании педагогического совета
протокол № 9 от 28.05.2021г.

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг» разработана на основе ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.12.2016 г. № №1552, зарегистрированного в Минюсте РФ 26.12.2016, регистрационный №44974, укрупненная группа 43.00.00 Сервис и туризм

Организация-разработчик: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края «Армавирский механико-технологический техникум»

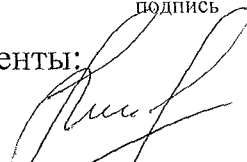
Разработчик


подпись

Горностаева Н.А. преподаватель ГБПОУ КК АМТТ

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, место работы

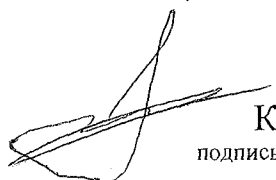
Рецензенты:


подпись

Говорова О.В.- преподаватель профессиональных дисциплин
ГБПОУ КК «АМТТ»

Ф.И.О, должность, место работы

Квалификация по диплому: экономист , по специальности
«Финансы и кредит».


подпись

Кравченко В.В. Директор по развитию торговой сети ООО «Кредо»

Ф.И.О, должность, место работы

Квалификация по диплому: менеджер специальность «Менеджмент
организации»

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Учебная дисциплина ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК профессионального цикла.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ПК, ОК, ЛР	Умения	Знания
ПК 4.1	планировать и прогнозировать продажи. <i>Проводить ССВО- анализ и анализ хозяйственного портфеля</i>	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта. <i>Стратегическое, текущее планирование и контроль. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора.</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; 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 <i>Разрабатывать маркетинговую часть бизнес-плана гостиницы</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; 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

		<p>работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж;</p> <p>перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;</p> <p>методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта .</p> <p><i>Маркетинговую часть бизнес-плана. Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа.</i></p>
ПК 4.3.	<p>оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;</p> <p>определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;</p> <p>разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.</p>	<p>критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;</p> <p>виды отчетности по продажам.</p>
ОК 01	<p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>составить план действия;</p> <p>определить необходимые ресурсы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте.</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</p>
ОК 02	<p>определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;</p> <p>выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска.</p>	<p>номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности;</p> <p>приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.</p>
ОК 03	<p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</p>	<p>содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и</p>

	выстраивать траектории профессионального и личностного развития	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; 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
ЛР4, ЛР7, ЛР 9, ЛР10, ЛР11		

Рабочая программа учебной дисциплины разработана:

на основе примерной основной образовательной программы по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, зарегистрированной в Федеральном реестре примерных основных образовательных программ СПО 17.07.2017, регистрационный номер: 43.02.14-170717, реквизиты решения ФУМО о включении ПООП в реестр: протокол № 1 от 2017г.,

с учетом профессиональных стандартов:

- 33.007 « Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 мая 2015 г. N 282н.

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	94
Учебная нагрузка обучающихся во взаимодействии с преподавателем (всего)	82
в том числе в форме практической подготовки:	28
теоретическое обучение	54
практические занятия	28
контрольные работы	3
консультации	4
промежуточная аттестация в форме экзамена	6
Самостоятельная работа	2

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	Содержание учебного материала	8	
Введение в маркетинг гостиничных услуг.	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
	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.	1	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	Контрольная работа (входной контроль)	1	
	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
	4. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	4	
	1. Практическая работа №1 – «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства».	2	ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Практическая работа №2– «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»;	2	ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 2	Содержание учебного материала	8	

Рынок услуг.	гостиничных	1. <u>Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.</u> Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2
		2. <u>Рынок: понятие, виды, признаки, классификация.</u> 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
		3. <u>Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение.</u> Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	2	ОК 01 - ОК 12 ПК 4.2
		4. <u>Стратегии охвата целевого рынка:</u> недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2
		Тематика практических занятий	4	
		1. <u>Практическая работа №3 – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг».</u>	2	ПК 4.1 ПК 4.2
		2. <u>Практическая работа №4– «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства».</u> Решение ситуационных задач, кейсов.	2	ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.		Содержание учебного материала	10	
		1. <u>Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы:</u> товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P).	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
		2. <u>Гостиничный продукт: характерные особенности.</u> 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
		3. <u>Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены.</u> 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
		4. <u>Организация товародвижения.</u> Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2

	зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.		
	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 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	4	
	1. Практическая работа №5– «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.».	2	ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Практическая работа №6 – «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».	2	ПК 4.2
	Самостоятельная работа обучающихся <u>Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, работа с информационными порталами, выполнение домашних заданий на тему:</u> 1. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта; 2 Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе.; 3. Методы совершенствования системы сбыта; 4. Совершенствование коммуникационной политики; 5. Проблемы организации рекламной компании.	2	
Тема 4	Содержание учебного материала	10	
Коммуникационная политика гостиничного предприятия	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
	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.
	3. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.	1	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ПК 4.3
	Контрольная работа (оперативный контроль)	1	
	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

	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
	Тематика практических занятий	6	
	1. <u>Практическая работа №7 – «Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки».</u>	2	ПК 4.2
	2. <u>Практическая работа №8– «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».</u>	2	ПК 4.2
	3. <u>Практическая работа №9– «Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)».</u>	2	ПК 4.2
Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.	Содержание учебного материала	12	
	1. <u>Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований.</u> Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	2. <u>Основные принципы организации маркетингового исследования.</u> (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	3. <u>Полевые и кабинетные исследования.</u> 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
	4. <u>Методы проведения опроса.</u> Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	5. <u>Анкетная форма сбора маркетинговой информации:</u> понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления.	1	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
	<u>Контрольная работа (рубежный контроль)</u>	1	
	6. <u>Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения.</u> Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ПК 4.3.
	Тематика практических занятий	4	
	1. <u>Практическая работа №10– «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».</u>	2	ПК 4.1 ПК 4.2
	2. <u>Практическая работа №11 – «Отработка навыков составления анкет».</u>	2	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. 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
	Тематика практических занятий	2	
	1. Практическая работа №12 – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».	2	ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 7 Планирование маркетинга	Содержание учебного материала	4	
	1. Стратегическое, текущее планирование и контроль. Определение понятий: стратегия и тактика маркетинга. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора.	2	
	2. Маркетинговая часть бизнес-плана. Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа.	2	
	Тематика практических занятий	4	
	1. Практическая работа №13 – «ССВО- анализ и анализ хозяйственного портфеля»	2	
	2. Практическая работа №14 – «Разработка маркетинговой части бизнес-плана гостиницы»	2	
Всего учебных занятий		82	
Консультации		4	
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6	
Учебная нагрузка обучающегося во взаимодействии с преподавателем		92	
Самостоятельная работа		2	
Обязательная нагрузка всего		94	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

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

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

Лабораторий – не предусмотрено.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд техникума имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемых для использования в образовательном процессе

Основные источники:

3.2.1. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Организация туристской индустрии , Акентьева С. И., Игнатьева В. В., Петрова Г.В., 3-е изд. стер. издание 2019г. (www.academia-moscow.ru)
2. Маркетинг , Барышев А.Ф., 15-е изд., стер. издание 2019г. (www.academia-moscow.ru)
3. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
4. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
5. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
6. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
7. <http://www.aup.ru/library/> - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.
8. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
9. <http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>
10. <http://www.frio.ru> Федерация Рестораторов и Отельеров России.
11. http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx
12. <http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html> (электронные учебники).
13. <http://studentam.net/content/view/515/58/> (электронные учебники).
14. www.hospitality.ru
15. http://piter-press.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie_menegement.html
16. www.marketologi.ru (сайт гильдии маркетологов).
17. www.btlregion.ru (всё о BTL).
18. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).
19. www.gks.ru (Гос. служба статистики).

3.2.2. Дополнительные источники

Федеральные законы:

1. "О защите прав потребителей", ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями.

2. "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара" от 23.09.92.
3. "Об информации, информатизации и защите информации", ФЗ-24 от 20.02.95.
4. "О рекламе", ФЗ-108 от 18.07.95.

Печатные издания:

5. Барышев А. Ф. Маркетинг: учебник для студентов учреждений СПО – М.: издательский центр «Академия», 2017, 2018, 2011
6. Акентьева С.И. Организация туристской индустрии, Москва, Академия, 2017
7. Журнал « Маркетинг» 2016,2017,2018,2019г.
8. Технологии гостиничной деятельности., Руденко Л.Л., Овчаренко Н.П., Косолапов А.Б.: учебное пособие, М.: ИТК «Дашков и К», 2017,176 с.

3.3 Организация образовательного процесса

Занятия проводятся в учебных аудиториях, оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным и программным обеспечением.

В преподавании используются лекционные и практические занятия, информационно-коммуникационные технологии, игровые, практикоориентированные технологии.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения ¹	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

¹ В ходе оценивания могут быть учтены личностные результаты.

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
<i>Стратегическое, текущее планирование и контроль. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора.</i>	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
<i>Маркетинговую часть бизнес-плана. Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа.</i>	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
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
<i>Проводить ССВО- анализ и анализ хозяйственного портфеля</i>	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
<i>Разрабатывать маркетинговую часть бизнес-плана гостиницы</i>	Оценка результатов	Экспертная оценка умения

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по учебной дисциплине ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, выполненную преподавателем экономических дисциплин
Горностаевой Натальей Александровной

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по указанной специальности.

В результате изучения программного материала обучающиеся овладеют знаниями и умениями по вопросам: выявления потребностей в услугах гостиниц, формирования спроса на услуги предприятий гостиничного бизнеса, оценки конкурентоспособности услуг гостиниц.

Программа включает 5 разделов, в том числе паспорт программы, требования к практическому опыту, знаниям и умениям студентов, которые должны сформироваться в процессе освоения дисциплины. Отражены условия реализации дисциплины, в том числе требования к квалификации преподавателей. Программой установлены методы и критерии оценки освоения студентами знаний и умений. Указан обширный перечень учебной литературы и интернет - ресурсы.

Содержание обучения по профессиональной дисциплины включает 7 тем. В каждой теме предусмотрено выполнение практических занятий. Объем практических занятий составляет 50% от общего количества аудиторных часов.

На самостоятельное обучение отведено также 50% от предусмотренного программой количества часов на освоение дисциплины.

Тематика практических занятий соответствует требованиям подготовки выпускника по специальности и содержанию рабочей программы. Выполняя практические работы студенты приобретут навыки: анализа состояния спроса и предложения услуг гостиниц на рынке, анализа и моделирования поведения потребителей, формирования спроса на услуги гостиниц, оценки конкурентоспособности организаций гостиничного бизнеса и их услуг, проведения маркетинговых исследований.


Программа изложена доступным языком, в деловом стиле, с применением терминологии соответствующей данной учебной дисциплине. Программа соответствует примерной программе.

Содержание рабочей программы соответствует современному уровню развития науки, техники и производства, т.к. её освоение подразумевает использование современных учебных пособий периодических изданий и интернет – ресурсов, а также периодическую стажировку преподавателей на предприятиях соответствующего профиля.

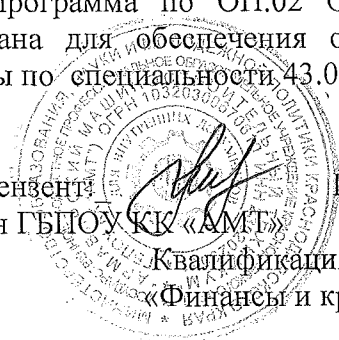
Программа может быть рекомендована для обучения студентов по ОП.02 Основы маркетинга гостиничных в других профессиональных образовательных учреждениях.

Заключение:

Рабочая программа по ОП.02 Основы маркетинга гостиничных может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 43.02.14 Гостиничное дело

Рецензент:  Говорова О.В. - преподаватель профессиональных дисциплин ГБПОУ СК «АМТ»

Квалификация по диплому: экономист, по специальности «Финансы и кредит».



РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по учебной дисциплине ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, выполненную преподавателем экономических дисциплин
Горностаевой Натальей Александровной

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по указанной специальности.

В результате изучения программного материала обучающиеся овладеют знаниями и умениями по вопросам: проведения маркетинговых исследований рынка гостиничных услуг, формирования товарной, ценовой, сбытовой политики и политики продвижения товаров и услуг предприятий гостиничного бизнеса, оценки конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса и их услуг.

Все семь тем программы хорошо проработаны, содержат необходимые сведения об осваиваемых компетенциях, требованиях к знаниям, умениям студентов, условиях реализации дисциплины. Указан обширный перечень учебной литературы и интернет-ресурсы. Определены критерии и методы оценки профессиональных и общих компетенций по дисциплине.

Содержание обучения по дисциплине разбито на семь тем, в каждой из которых предусмотрено выполнение практических работ. Объем часов на выполнение практических работ свидетельствует о практикоориентированности программы дисциплины.

Пятьдесят процентов от объема аудиторных работ отведено на самостоятельную работу студентов.

Тематика практических занятий соответствует требованиям подготовки выпускника по специальности и содержанию рабочей программы. Выполняя практические работы студенты приобретут навыки: формирования конкурентоспособного предприятия гостиничного бизнеса, установления гибких, оптимальных цен на услуги гостиниц, выявления потребностей потребителей, созданию и применению эффективной системы продвижения, проведения опросов потребителей и составлению маркетинговых планов.

Программа изложена простым языком, в деловом стиле, с применением свойственной для данной дисциплины терминологии, что делает ее доступной для понимания и студентами и преподавателями.

Содержание рабочей программы соответствует современному уровню развития науки, техники и производства о чём свидетельствует перечень современных источников информации, предложенный в разделе «Условия реализации учебной дисциплины»

Программа может быть рекомендована для обучения студентов по ОП.02 Основы маркетинга гостиничных в других профессиональных образовательных учреждениях.

Заключение:

Рабочая программа по ОП.02 Основы маркетинга гостиничных может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 43.02.14 Гостиничное дело

Рецензент:

Кравченко В.В.- директор по

развитию торговой сети ООО Кредо

Квалификация по диплому: менеджер, специальность
«Менеджмент организации»

