

Министерство образования и науки Республики Татарстан
Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение
«Международный колледж сервиса»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг
по специальности среднего профессионального образования

43.02.14 Гостиничное дело

по программе подготовки специалистов среднего звена

Форма обучения - очная

Нормативный срок обучения – 3 года 10 месяцев

На базе основного общего образования

Профиль получаемого профессионального
образования- социально-экономический

Казань
2022



Рабочая программа учебной дисциплины ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг» составлена на основе: Приложения 4 информационно-методического письма «Об актуальных вопросах развития среднего профессионального образования, разрабатываемых ФГАУ «ФИРО» от 11.10.2017 г. № 01-00-05/925, «Рекомендаций по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой профессии или специальности среднего профессионального образования», рекомендованных Департаментом государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и дополнительного профессионального образования Министерства образования и науки Российской Федерации, письмо директора Департамента Н.М. Золотаревой от 17.03.2015 г. № 06-259, «Примерной программы общеобразовательной учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» по профессии среднего профессионального образования 43.02.14 Гостиничное дело, рекомендованной ФГАУ «Федеральный институт развития образования» (протокол № 3 от 21 июля 2015 г.)

Организация-разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Международный колледж сервиса»
Разработчик: _____

Рассмотрена на заседании методической группы общепрофессиональных дисциплин
Протокол № 1 от « 05 » 09 2022 г.
Руководитель группы _____ Камилова Г.Т.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	17

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 общепрофессиональных дисциплин основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования 43.02.14 Гостиничное дело по программе подготовки специалистов среднего звена.

Профиль получаемого профессионального образования – социально-экономический.

1.2. Результаты освоения дисциплины направлены на формирование общих компетенций (далее - ОК), профессиональных компетенций (далее - ПК) и личностных результатов реализации программы воспитания (далее - ЛР).

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.06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, 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 работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.

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

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Критерии оценки	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».	- демонстрация интереса к будущей профессии; - оценка собственного продвижения, личностного развития; - участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях; - конструктивное взаимодействие в учебном/рабочем коллективе; - проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве; - проявление высокопрофессиональной	ЛР 4

	трудовой активности, уважения к людям труда	
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.	- совершенствование духовно-нравственных качеств личности, воспитание чувства любви к многонациональному Отечеству, уважительного отношения к традиционным ценностям многонационального народа России, культурам других народов; - нравственное сознание и поведение на основе усвоения общечеловеческих ценностей; - толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения; - сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;	ЛР 5
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.	- нравственное сознание и поведение на основе усвоения общечеловеческих ценностей; - сформированность гражданской позиции; - участие в волонтерском движении; - добровольческие инициативы по поддержке инвалидов и престарелых граждан	ЛР 6
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	- готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах	ЛР 7
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.	- отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве - отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся; - толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения; - способность противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, дискриминации по социальным, религиозным, расовым, национальным признакам и другим негативным социальным явлениям; - сохраняющий культурные традиции и ценности многонационального российского государства	ЛР 8
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо	- демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся;	ЛР 9

преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.	- сохранение психологической устойчивости в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях; - принятие и реализация ценностей здорового и безопасного образа жизни, потребности в физическом самосовершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью; - неприятие вредных привычек: курения, употребления алкоголя, наркотиков; - бережное, ответственное и компетентное отношение к физическому и психологическому здоровью, как собственному, так и других людей; - умение оказывать первую помощь	
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.	- сформированность экологического мышления, понимания влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды; - приобретение опыта эколого-направленной деятельности; - проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира; - демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии; - проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.	- проявление эстетического отношения к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, общественных отношений	ЛР 11
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности		
Демонстрирующий профессиональные навыки в сфере сервиса и туризма: социальную открытость, характеризующуюся обширностью, многочисленностью и разнообразием личностных и деловых контактов, осуществляемых с клиентами, партнерами и конкурентами по гостиничному бизнесу; осуществляющий качественный подбор услуг для потребителя, владеющий навыками взаимодействия с клиентами (умение договариваться, вести деловую переписку, соблюдающий нормы этикета), формирующий положительный имидж предприятия.		ЛР 13

Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации	
Самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности, готовый к исполнению разнообразных социальных ролей, востребованных бизнесом, обществом и государством.	ЛР 14
Принимающий цели и задачи научно-технологического, экономического, информационного развития России, готовый работать на их достижение.	ЛР 15
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями	
Владеющий коммуникативными навыками (умение выявлять потребности клиента, работать в команде), проявляющий доброжелательность, стрессоустойчивость, толерантность.	ЛР 16
Готовность обучающегося соответствовать ожиданиям работодателей: быть ответственным, дисциплинированным, трудолюбивым сотрудником, нацеленным на достижение поставленных задач, эффективно взаимодействующим с членами команды, сотрудничающим с другими людьми, проектномыслящим.	ЛР 17
Способный воспринимать и анализировать новую информацию, развивать новые идеи.	ЛР 18

Оценка личностных результатов реализации программы воспитания может быть произведена с применением следующих форм оценивания:

- персонифицированная (демонстрирующая достижения конкретного обучающегося);
- неперсонифицированная (характеризующая достижения в учебной группе, у конкретного педагогического работника, в образовательной организации в целом);
- качественная (измеренная в номинативной шкале: есть/нет);
- количественная (измеренная, например, в ранговой шкале: больше/меньше);
- интегральная (оцененная с помощью комплексных тестов, портфолио, выставок, презентаций);
- дифференцированная (оценка отдельных аспектов развития).

При этом могут предусматриваться следующие методы оценивания:

- наблюдение;
- портфолио;
- экспертная оценка;
- стандартизированные опросники;
- проективные методы;
- самооценка;
- анализ продуктов деятельности (проектов, практических, творческих работ) и т.д.

1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Освоение содержания учебной дисциплины ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг» обеспечивает достижение следующих результатов:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте. алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.
ОК 03 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования.
ОК 04 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности.
ОК 05 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.

18	социального и культурного контекста.	
ОК 06 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.	Умение самостоятельно проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.
ОК 7 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	Умение ставить цели, мотивировать деятельность по сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	Умение самостоятельно использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.	современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
ОК 10 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	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 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.
ПК 4.1 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта.
ПК 4.2 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы

		бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.
ПК 4.3 ЛР 4 – ЛР 11 ЛР 13 – ЛР 18	контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам.

1.4. Содержание дисциплины имеет межпредметные связи с дисциплинами общеобразовательного и общепрофессионального цикла – история, обществознание, основы безопасности жизнедеятельности, экономика отрасли и предприятия, охрана труда, безопасность жизнедеятельности.

Для лучшего усвоения учебного материала его изложение необходимо проводить с применением технических средств обучения, видео-, аудиоматериалов, современных программ компьютерного проектирования.

1.5. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Объем образовательной программы (академических часов) всего 94 часов;
нагрузка во взаимодействии с преподавателем всего учебных занятий 72 часов,
в том числе:

- теоретического обучения - 44 часов;
- лабораторных и практических занятий - 0 часов;
- самостоятельной работы - 12 часов;
- консультации - 4 часа;
- экзамен - 6 часов.

Промежуточная аттестация в форме экзамена.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы (академических часов) всего	94
Нагрузка во взаимодействии с преподавателем Всего учебных занятий:	72
- теоретического обучения	44
- лабораторные и практические работы	28
Консультации	4
Промежуточная аттестация	6
Самостоятельная учебная работа	12
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.02 «Основы маркетинга гостиничных услуг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов ¹ , формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
Тема 1 Введение в маркетинг гостиничных услуг.	Содержание учебного материала	4	2	
	1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	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 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	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 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	4. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Самостоятельная работа Концепции маркетинга.	2		ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3

¹ В соответствии с Приложением 3 ПООП.

				ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
Тема 2 Рынок гостиничных услуг.	Содержание учебного материала	4	2	
	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 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	2. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	3. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.	Содержание учебного материала	4	2	
	1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	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 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	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			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18

	ценообразования.			
	4. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	5. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Самостоятельная работа Этический кодекс предпринимателя.	2		
Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Содержание учебного материала	4	2	
	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 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	2. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	3. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18

	4.PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Самостоятельная работа Типы вопросов в маркетинговых исследованиях (анализ анкеты).	2		
Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.	Содержание учебного материала	4	2	
	1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	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 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	4. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	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 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
Тема 6 Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Содержание учебного материала	4	2	
	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18

	конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг.			
Тема 7 Особенности маркетинга на различных рынках.	Содержание учебного материала	4	2	
	Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Характеристика ассортимента компании (ситуационная задача).	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды.	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки.	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет.	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Отработка навыков составления анкет.	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
Тема 8 Конкурентоспособность	Содержание учебного материала	2	2	
	Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11

гостиничного предприятия.	методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.			ЛР13- ЛР18
	Самостоятельная работа Гостиничный продукт.	2		
Тема 9 Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению.	Содержание учебного материала	4	2	
	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного предприятия.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Самостоятельная работа Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия.	2		ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
Тема 10 Эффективность рекламы различных видов.	Содержание учебного материала	2	2	
	Сущность, содержание и основные рекламы различных видов.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
Тема 11 Ценовая политика.	Содержание учебного материала	2	2	
	Основные понятия: цена, ценовая политика, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Самостоятельная работа Функции каналов сбыта.	2		
Тема 12 Оценка конъюнктуры рынка.	Содержание учебного материала	4	2	
	Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспектив развития рынка гостиничных услуг.			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
Тема 13 Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции,	Содержание учебного материала	2	2	
	Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного			ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18

виды.	предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.			
	Практическая работа Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки.	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия.	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет.	2	3	ОК 1-ОК 11 ПК 4.1-4.3 ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18
	Практическая работа Решение ситуационных задач.	6	3	
Консультации		4		
Экзамен		6		
Всего:		94		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению:

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета специальной дисциплины.

3.1.1 Оборудование кабинета специальных дисциплин:

- учебные столы,
- посадочные места студентов
- доска ученическая,
- шкаф ученический,
- рабочее место преподавателя
- наглядные пособия, опорные конспекты, раздаточный материал.

3.1.2 Технические средства обучения:

- интерактивная доска,
- мультимедийный проектор,
- ноутбук,
- компьютерная техника для обучающихся, оснащенный необходимыми программами,
- источник бесперебойного питания,
- колонки.

3.2 Действующая нормативно-техническая документация:

- правила техники безопасности и производственной санитарии;
- инструкции по эксплуатации компьютерной техники.

3.3 Программное обеспечение:

- Операционная система Windows XP
- Microsoft Office 2007

3.2. Информационное обеспечение обучения

Литература обязательная:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг, Серия: Среднее профессиональное образование, Академия, : 2019 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, 2019. – 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, 2019 г. - 208 с.

5. Маркетинговые исследования. Учебник для СПО, 2016 г.Тюрин Д.В., Юрайт, 2020, - 342 с.

6. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 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, 2018. — 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>

Литература дополнительная:

1 Маркетинг услуг: Учебник / О. Н. Романенкова, И. М. Синяева, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 252 с.

2 Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие, Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В., Юнити-Дана, 2015 г. - 799 с.

3 Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой [Артемьева О.А., Азарова С.П., Карпова С.В., Козлова Н.П., Поляков В.А., Рожков И.В.]. — М.: Издательство Юрайт, 2014, 456с.

4 Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров/ Д. В. Тюрин — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 342 с. — Серия: Бакалавр. Углубленный курс.

5 Деловое общение специалиста по рекламе. Учебное пособие , Ломова О. С. М.: Юнити - Дана, 2014.

Электронные издания (электронные ресурсы):

1. Поведение потребителей: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://znanium.com>]

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля, основные показатели оценки результата
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:	
ПК 4.1 уметь планировать и прогнозировать продажи. Знать рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта. ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18 ПК 4.2 уметь 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. Знать способы управления доходами	Ответы на вопросы на знание и понимание. Устный опрос по теме: «Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии». Ответы на вопросы на знание и понимание Устный опрос по теме: «Рынок гостиничных услуг». Ответы на вопросы на знание и понимание Устный опрос по теме: «Составляющие комплекса маркетинга».

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 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. уметь оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного	Ответы на вопросы на знание и понимание. Устный опрос по теме: «Коммуникационная политика гостиничного предприятия». Ответы на вопросы на знание и

продукта. Знать критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам. ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18 ОК 01. уметь распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). Знать актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте. алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.	понимание Устный опрос по теме: «Рынок гостиничных услуг». Ответы на вопросы на знание и понимание. Тестирование по теме: «Рынок гостиничных услуг». Ответы на вопросы на знание и понимание. Устный опрос по теме: «Комплекс маркетинга». Ответы на вопросы на знание и понимание. Устный опрос по теме: «Конкурентоспособность гостиничного предприятия». Ответы на вопросы на знание и понимание. Устный опрос по пройденной теме «Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды». Тестирование по теме «Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды».
---	--

ОК 02. уметь 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. Знать номенклатуру информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации. ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18	Ответы на вопросы на знание и понимание Устный опрос по пройденной теме «Методологические основы маркетинговых исследований». Тестирование по теме «Методологические основы маркетинговых исследований».
ОК 03. уметь определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития. Знать содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования. ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18	Ответы на вопросы на знание и понимание. Устный опрос по пройденной теме «Особенности маркетинга на различных рынках».
ОК 04. уметь организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами. Знать психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности. ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18	Ответы на вопросы на знание и понимание. Устный опрос. Тестирование по теме: «Оценка конъюнктуры рынка».

ОК 05. уметь излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы. Знать особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов. ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18	Оценка результатов практической работы №1,2,3,4,5. Экспертная оценка умения.
ОК 09. уметь применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение. Знать современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности. ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18	Оценка результатов практической работы №6,7. Оценка процесса выполнения практической работы.
ОК 10. уметь 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. Знать 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. ЛР 4 ЛР 11	Оценка результатов практической работы №8,9. Экспертная оценка умения.

ЛР13- ЛР18 ОК 11. уметь выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования. Знать основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты. ЛР 4 ЛР 11 ЛР13- ЛР18	Оценка результатов практической работы. Оценка результатов выполнения практической работы №10,11,12.
--	--

Промежуточная аттестация в форме экзамена

