

Министерство образования и науки Самарской области  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Самарской области  
«Самарский государственный колледж сервисных технологий и дизайна»

УТВЕРЖДЕНО  
приказом директора ГБПОУ СГКСТД  
№173 от 28.08.2018г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основы маркетинга**

специальность 43.02.14 Гостиничное дело

Самара 2018 г.

ОДОБРЕНА  
Предметной (цикловой)  
комиссией  
Протокол № 1 от 29.08.2018 г.  
Председатель ПЦК Бачерикова И.Г.  
(Ф.И.О.)

Автор: Чурбакова Е.В.  
(Ф.И.О.)

Дата актуализации	Результаты актуализации	ОДОБРЕНО
		Протокол ПЦК № ____ от « ____ » ____ 20__ г

Рабочая программа учебной дисциплины Основы маркетинга гостиничных услуг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09.12.2016г. №1552; профессионального стандарта Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц, утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 07.05.2015. № N 282 н.; примерной основной образовательной программы по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, регистрационный номер 43.02.14-170717.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ...	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18

## **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании.

Рабочая программа ориентирована на подготовку обучающихся к выполнению требований WorldSkills по компетенции Администрирование отеля.

### **1.2. Место дисциплины в структуре основной программы**

Учебная дисциплина Основы маркетинга гостиничных услуг является дисциплиной общепрофессионального цикла, устанавливающей базовые знания для получения профессиональных знаний и умений.

### **1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины**

В результате освоения дисциплины, обучающийся должен:

- **уметь** планировать и прогнозировать продажи;
- **уметь** осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг, выделять целевой сегмент клиентской базы;
- **уметь** собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
- **уметь** ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
- **уметь** разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
- **уметь** выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;
- **уметь** проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж;
- **уметь** оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;
- **уметь** определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;
- **уметь** разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта;
- **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;

- **уметь** составить план действия; определить необходимые ресурсы;
- **уметь** владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)

- **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;

- **уметь** определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития;

- **уметь** организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;

- **уметь** излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы;

- **уметь** применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение

- **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

- **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** рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;

- **знать** виды каналов сбыта гостиничного продукта;

- **знать** способы управления доходами гостиницы;

- **знать** особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;

- **знать** особенности работы с различными категориями гостей;

- **знать** методы управления продажами с учётом сегментации;

- **знать** способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;

- **знать** особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- **знать** каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
- **знать** ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
- **знать** принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы;
- **знать** критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
- **знать** виды отчетности по продажам;
- **знать** нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж;
- **знать** перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;
- **знать** методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта;
- **знать** критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;
- **знать** виды отчетности по продажам;
- **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;
- **знать** 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;
- **знать** номенклатуру информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации;
- **знать** содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования;
- **знать** психологию коллектива; психологию личности; основы проектной деятельности;
- **знать** особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов;
- **знать** современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности;
- **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;

– **знать** основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты.

Освоение содержания учебной дисциплины обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций.

Общие и профессиональные компетенции (в соответствии с ФГОС СПО по специальности)	
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 09.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке
ОК 11.	Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.
<b>ВД 4</b>	<b>Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж</b>
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 продажи гостиничного продукта

#### **1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины**

Объем образовательной нагрузки - 100 часов, в том числе:

- объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем - 98 часов;
- самостоятельная работа обучающегося - 2 часа;
- консультации – 0 часов;
- промежуточная аттестация – 0 часов.



**В том числе часов вариативной части учебных циклов ПССЗ**

всего - 24 часов, в том числе:

- объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем - 24 часов;
- самостоятельная работа обучающегося - 0 часов.

**1.5. Требования к результатам освоения учебной дисциплины при реализации часов вариативной части учебных циклов ПССЗ:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- **уметь** участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, собирать и анализировать маркетинговую информацию;
- **уметь** выбирать и применять маркетинговые коммуникации для формирования спроса на услуги общественного питания и стимулирования их сбыта;
- **уметь** осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации;
- **уметь** разрабатывать анкеты и опросные листы;
- **уметь** составлять отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты;
- **знать** цели, задачи, принципы, функции, концепции, объекты, средства, методы маркетинга, понятие и структуру маркетинговой среды организации;
- **знать** комплекс маркетинга, средства и методы маркетинговой деятельности, стратегии маркетинга;
- **знать** источники и критерии отбора маркетинговой информации;
- **знать** критерии и показатели оценки конкурентоспособности продукции и услуг индустрии гостеприимства, методики оценки.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Всего</b>	<b>100</b>
<b>Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем</b>	<b>90</b>
в том числе:	
практические занятия/лабораторные занятия	18
<b>Самостоятельная работа обучающегося</b>	<b>2</b>
в том числе:	
рефераты, индивидуальные творческие задания, работа с нормативной документацией	
Консультации	<b>0</b>
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	<b>2</b>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и (или) практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Тема 1. Введение в маркетинг гостиничных услуг.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	12	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	1 Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.		
	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.		
	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.		
	4 Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.		
	5 Маркетинговое понимание услуги		
	6 Социально – экономическая сущность маркетинга и его основные концепции		
	<b>Практическое занятие № 1</b> «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства».	1	
	<b>Практическое занятие № 2</b> «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»	1	

<b>Тема 2. Рынок гостиничных услуг.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		10	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 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.		
	2	Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг.		
	3	Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.		
	4	Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.		
	5	Поведение потребителей на рынке услуг предприятий индустрии гостеприимства		
	<b>Практическое занятие №3</b> «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг».			
<b>Практическое занятие №4</b> «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.		1		
<b>Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		18	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	1	Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P).		
	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.		
	3	Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды		

		тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.		
	4	Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в 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.		
		<b>Практическое занятие № 5</b> «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления».	1	
		<b>Практическое занятие №6</b> «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».	1	
<b>Тема</b>	<b>4</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	16	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
<b>Коммуникационная политика гостиничного предприятия</b>	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	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.		
	3	Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.		
	4	Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.		

	5	PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.		
		<b>Практическое занятие №7</b> «Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки».	2	
		<b>Практическое занятие №8</b> «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».	2	
		<b>Практическое занятие №9</b> «Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)».	2	
<b>Тема</b> <b>Методологические основы маркетинговых исследований.</b>	<b>5</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	14	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	1	Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.		
	2	Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.		
	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		
	4	Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.		
	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.		
	6	Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.		
		<b>Практическое занятие №10</b> «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети	1	

Изменение № \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

	Интернет».		
	<b>Практическое занятие №11</b> «Отработка навыков составления анкет».	1	
	<b>Практическое занятие №12</b> Проведение маркетингового исследования по выявлению влияния факторов маркетинговой среды на деятельность предприятий индустрии гостеприимства	2	
<b>Тема 6</b> <b>Конкурентоспособность</b> <b>гостиничного</b> <b>предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	8	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3.
	1 Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг.		
	2 Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦГ.		
	<b>Практическое занятие №13</b> «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».	2	
<b>Самостоятельная работа</b>		2	
Консультации		0	
Промежуточная аттестация в форме диф. зачета		2	
<b>Объем образовательной нагрузки</b>		<b>100</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к материально-техническому обеспечению**

Реализация программы дисциплины требует наличия учебной аудитории Основы маркетинга гостиничных услуг.

Оснащение учебного кабинета:

- учебные места по количеству обучающихся,
- рабочее место преподавателя,
- интерактивная доска (учебная доска),
- технические средства обучения:
- персональные компьютеры,
- мультимедийное оборудование.

#### **3.2. Информационное обеспечение**

##### **Основные источники**

1. Барышев А.Ф. Маркетинг, [Текст] Серия: Среднее профессиональное образование, Академия: 2012 г. -: 224 стр.
2. «Основы маркетинга» [Текст] Учебник для училищ и колледжей Д.В.Тюрин, Липсиц И.В., Дымшиц М.Н. и др. «Основы маркетинга» Учебник для училищ и колледжей. Под ред. И.В.Липсица и М.Н.Дымшица – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2014. – 208с.
3. Реброва Н.П., Основы маркетинга. [Текст] Учебник и практикум для СПО, Юрайт, 2016, - 277 с.
4. Маркетинг в сфере услуг. [Текст] Учебное пособие, Скрынникова И.А.Издательство МГУ, 2012 г. - 208 с.
5. Маркетинговые исследования. [Текст] Учебник для СПО, 2016 г.Тюрин Д.В., Юрайт, 2016, - 342 с.
6. Реброва, Н. П. Основы маркетинга [Текст]: учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 277 с. – (Профессиональное образование).
7. Карпова, С. В. Основы маркетинга [Текст]: учебник для СПО / С. В. Карпова ; под общ. ред. С. В. Карповой. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 408 с. – (Профессиональное образование).
8. Основы маркетинга. [Текст] Практикум : учебное пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 325 с. – (Профессиональное образование).
9. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг [Текст]: учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 383 с. – (Профессиональное образование).
10. Михалева, Е. П. Маркетинг [Текст]: учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 213 с. – (Профессиональное образование).



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

1. Поведение потребителей: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. – 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://znanium.com>]
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](http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx)
11. <http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html> (электронные учебники).
12. <http://studentam.net/content/view/515/58/> (электронные учебники).
13. [www.hospitality.ru](http://www.hospitality.ru)
14. [http://piter-press.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie\\_menegement.html](http://piter-press.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie_menegement.html)
15. [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru) (сайт гильдии маркетологов).
16. [www.btlregion.ru](http://www.btlregion.ru) (всё о BTL).
17. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).
18. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) (Гос. служба статистики).

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

- 1 Маркетинг услуг: Учебник / О. Н. Романенкова, И. М. Синяева, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. – 252 с.
- 2 Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие, Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В., Юнити-Дана, 2012 г. - 799 с.
- 3 Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой [Артемьева О.А., Азарова С.П., Карпова С.В., Козлова Н.П., Поляков В.А., Рожков И.В.]. – М.: Издательство Юрайт, 2014, 456с.
- 4 Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров/ Д. В. Тюрин – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 342 с. – Серия: Бакалавр. Углубленный курс.
- 5 Деловое общение специалиста по рекламе. Учебное пособие, Ломова О. С. М.: Юнити - Дана, 2012.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</b>		
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	Ответы на вопросы на	Устный опрос

исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации.	знание и понимание	
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
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
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

Изменение № \_\_\_\_\_ « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Демонстрировать навыки оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
--	--------------------	--------------------------