

Министерство образования, науки и молодежи Республики Крым  
Государственное бюджетное профессиональное  
образовательное учреждение Республики Крым  
«РОМАНОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА»

УТВЕРЖДЕНО

Заместитель директора по УПР  
ГБПОУ РК «РКИГ»

Е.Ш. Булаш

Приказ № 145 от 31.08. 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.09 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

**Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство**



г. Симферополь, 202\_\_

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности: 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Республики Крым «Романовский колледж индустрии гостеприимства».

Разработчик: Гринь С.Н., преподаватель ГБПОУ РК «РКИГ».

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» рассмотрена на заседании цикловой методической комиссии (ЦМК) общепрофессиональных дисциплин («ОП»).

Протокол № 1 от 31 августа 2023 г.  
Председатель ЦМК Елина В.Н.

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» рекомендована методическим советом ГБПОУ РК «РКИГ» при реализации основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

Протокол № 1 от 31 августа 20213 г.

Методист \_\_\_\_\_ Донченко Я.А.

## СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
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

## 1. УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

### 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы маркетинга гостиничных услуг» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК - 01-02, ОК 04-07, ОК 09.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации 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	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств

	оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения	сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 09	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 объяснять 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

Освоение дисциплины обеспечивает достижение обучающимися следующих личностных результатов реализации программы воспитания:

ЛР №	Расшифровка
ЛР 1	Осознающий себя гражданином России и защитником Отечества, выражающий свою российскую идентичность в поликультурном и многоконфессиональном российском обществе и современном мировом сообществе. Сознательное единство с народом России, с Российским государством, демонстрирующий ответственность

	за развитие страны. Проявляющий готовность к защите Родины, способный аргументированно отстаивать суверенитет и достоинство народа России, сохранять и защищать историческую правду о Российском государстве
<b>ЛР 2</b>	Проявляющий активную гражданскую позицию на основе уважения закона и правопорядка, прав и свобод сограждан, уважения к историческому и культурному наследию России. Осознанно и деятельно выражающий неприятие дискриминации в обществе по социальным, национальным, религиозным признакам; экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности. Обладающий опытом гражданской социально значимой деятельности (в студенческом самоуправлении, добровольчестве, экологических, природоохранных, военно-патриотических и др. объединениях, акциях, программах). Принимающий роль избирателя и участника общественных отношений, связанных с взаимодействием с народными избранниками
<b>ЛР 3</b>	Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней
<b>ЛР 4</b>	Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию в течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»
<b>ЛР 5</b>	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, народу, малой родине, знания его истории и культуры, принятие традиционных ценностей многонационального народа России. Выражающий свою этнокультурную идентичность, сознающий себя патриотом народа России, деятельно выражающий чувство причастности к многонациональному народу России, к Российскому Отечеству.

	Проявляющий ценностное отношение к историческому и культурному наследию народов России, к национальным символам, праздникам, памятникам, традициям народов, проживающих в России, к соотечественникам за рубежом, поддерживающий их заинтересованность в сохранении общероссийской культурной идентичности, уважающий их права
<b>ЛР 6</b>	Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации
<b>ЛР 7</b>	Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения. Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей
<b>ЛР 8</b>	Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение
<b>ЛР 9</b>	Сознающий ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных наклонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде
<b>ЛР 10</b>	Бережливо относящийся к природному наследию страны и мира, проявляющий сформированность экологической культуры на основе понимания влияния социальных, экономических и профессионально-производственных процессов на окружающую среду. Выражающий деятельное неприятие действий, приносящих вред природе, распознающий опасности среды обитания, предупреждающий рискованное поведение других граждан, популяризирующий способы сохранения памятников природы страны, региона, территории, поселения, включенный в общественные инициативы, направленные на заботу о них
<b>ЛР 11</b>	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры. Критически оценивающий

	и деятельно проявляющий понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей. Бережливо относящийся к культуре как средству коммуникации и самовыражения в обществе, выражающий сопричастность к нравственным нормам, традициям в искусстве. Ориентированный на собственное самовыражение в разных видах искусства, художественном творчестве с учётом российских традиционных духовно-нравственных ценностей, эстетическом обустройстве собственного быта. Разделяющий ценности отечественного и мирового художественного наследия, роли народных традиций и народного творчества в искусстве. Выражающий ценностное отношение к технической и промышленной эстетике
<b>ЛР 12</b>	Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</b>	
<b>ЛР 13</b>	Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма и гостеприимства

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Вид учебной работы	Объем в часах
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	78
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>	
теоретическое обучение	40
практические занятия	32
<i>Самостоятельная работа</i>	4
Консультация	
<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b>	2

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. час. / в т. ч. в форме практической подготовки	Домашнее задание	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4	5
<b>Тема 1 Введение в маркетинг Гостиничных услуг.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>		
	<b>1.</b> Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения.	1	0.1 стр. 5-10	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>2.</b> Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.	1	0.1 стр. 10-14	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>3.</b> Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения.	1	0.1 стр. 15-19	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>4.</b> Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.	1	0. стр. 15-19	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>5.</b> Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика.	1	0.1 стр. 20-28	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3

	6. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	1	О.1 стр. 28-36	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>4</b>		
	7. <b>Практическая работа</b> – «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства».	1	Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	8. <b>Практическая работа</b> – «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства».	1	Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	9. <b>Практическая работа</b> – «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»;	1	Подготовить реферат	ПК 1.1,1.3
	10. <b>Практическая работа</b> – «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды».	1	Подготовить реферат	ПК 1.1,1.3
<b>Тема 2 Рынок гостиничных услуг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>		
	11. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства.	1	О.1 стр. 33-37	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	12. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг.	1	О.1 стр. 33-37	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	13. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка.	1	О.1 стр. 37-41	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	14. Особенности. и перспективы развития рынка гостиничных услуг.	1	О.1 стр. 37-41	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3

	<b>15.</b> Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	1	О.1 стр. 52-66	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>16.</b> Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	1	О.1 стр. 52-66	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>4</b>		
	<b>17. Практическая работа</b> – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг».	1	Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	<b>18. Практическая работа</b> – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг».	1	Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	<b>19. Практическая работа</b> – «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.	1	Подготовить реферат	ПК 1.1,1.3
	<b>20. Практическая работа</b> – «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.	1	Подготовить реферат	ПК 1.1,1.3
<b>Тема 3 Составляющие комплекса маркетинга.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>		
	<b>21.</b> Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).	1	О.1 стр. 67- 77	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>22.</b> Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).	1	О.1 Стр. 79-91	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>23.</b> Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура.	1	Дописать конспект	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3

	24. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.	1	Дописать конспект	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	25. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии.	1	О.1 стр. 91-97	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	26. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.	1	О. стр. 91-97	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	27. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта.	1	О.1 стр. 98-109	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	28. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.	1	О.1 стр. 98-109	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	29. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга.	1	О.1 стр. 109-139	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	30. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.	1	О.1 стр. 109-139	ПК 1.1,1.3
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>8</b>		

	<b>31. Практическая работа</b> – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления».	1	Подготовить презентацию, реферат	ПК 1.1,1.3
	<b>32. Практическая работа</b> – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления».	1	Подготовить презентацию, реферат	ПК 1.1,1.3
	<b>33. Практическая работа</b> – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления».	1	Подготовить презентацию, реферат	ПК 1.1,1.3
	<b>34. Практическая работа</b> – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления».	1	Подготовить презентацию, реферат	ПК 1.1,1.3
	<b>35. Практическая работа</b> – «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».	1	Разработать рекомендации по формированию спроса и сбыта	ПК 1.1,1.3
	<b>36. Практическая работа</b> – «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».	1	Разработать рекомендации по формированию спроса и сбыта	ПК 1.1,1.3
	<b>37. Практическая работа</b> – «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».	1	Разработать рекомендации по формированию спроса и сбыта	ПК 1.1,1.3
	<b>38. Практическая работа</b> – «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».	1	Разработать рекомендации по формированию спроса и сбыта	ПК 1.1,1.3
<b>Тема 4</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>		
<b>Коммуникационная политика гостиничного предприятия</b>	<b>39. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий.</b>	1	О.1 стр. 163-184	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3

40. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).	1	О.1 стр. 163-184	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.
41. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства.	1	О.1 стр. 185-191	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
42. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.	1	О.1 стр. 185-191	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
43. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы.	1	О.1 стр. 192-199	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
44. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.	1	О.1 стр. 192-199	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
45. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.	1	О.1 стр. 200-203	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
46. PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.	1	О.1 стр. 204-218	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
<b>Тематика практических занятий</b>	<b>6</b>		
47. Практическая работа – «Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки».	1	Подготовить рекламное объявление	ПК 1.1,1.3

	<b>48. Практическая работа</b> – «Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки».	1	Подготовить рекламное объявление	ПК 1.1,1.3
	<b>49. Практическая работа</b> – «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».	1	Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	<b>50. Практическая работа</b> – «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».	1	Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	<b>51. Практическая работа</b> – «Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)».	1	Подготовить реферат, повторить конспект	ПК 1.1,1.3
	<b>52. Практическая работа</b> – «Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)».	1	Подготовить реферат, повторить конспект	ПК 1.1,1.3
<b>Тема 5</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>		
<b>Методологические основы маркетинговых исследований.</b>	<b>53.</b> Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства.	1	Подготовить реферат, повторить конспект	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>54.</b> Цели и задачи, объекты исследования. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.	1	Подготовить реферат, повторить конспект	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>55.</b> 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.	1	О.1 стр. 67-79	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>56.</b> Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.	1	О.1 стр. 67-79	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3

	<b>57.</b> Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования.	1	Сбор информации по маркетинговым исследованиям	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>58.</b> Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления.	1	Сбор информации по маркетинговым исследованиям	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>6</b>		
	<b>59. Практическая работа</b> – «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	1	Методические рекомендации по выполнению практических работ №10 Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	<b>60. Практическая работа</b> – «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	1	Методические рекомендации по выполнению практических работ №10 Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	<b>61. Практическая работа</b> – «Отработка навыков составления анкет».	1	Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	<b>62. Практическая работа</b> – «Отработка навыков составления анкет».	1	Оформить работу	
	<b>63. Практическая работа</b> – «Отработка навыков составления анкет».	1	Оформить работу	ПК 1.1,1.3
	<b>64. Практическая работа</b> – «Отработка навыков составления анкет».	1	Оформить работу	ПК 1.1,1.3
<b>Тема 6</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		

<b>Конкурентоспособность гостиничного предприятия</b>	<b>65.</b> Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта.	1	О.1 стр. 117-132	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>66.</b> Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг.	1	О.1 стр. 117-132	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>67.</b> Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства.	1	О.1 стр. 132-149, написать конспект	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>68.</b> Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	1	О. стр. 132-149, написать конспект	ОК 01-02, 04-06, 09 ПК 1.1,1.3
	<b>Тематика практических занятий</b>	<b>6</b>		
	<b>69. Практическая работа – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия».</b>	1	Методические рекомендации по выполнению практических работ №12 Оформление отчёта	ПК 1.1,1.3
	<b>70. Практическая работа – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия».</b>	1	Методические рекомендации по выполнению практических работ №12 Оформление отчёта	ПК 1.1,1.3

	<b>71. Практическая работа</b> – «Проведение оценки конкурентоспособности и разработка мероприятий по ее повышению».	1	Методические рекомендации по выполнению практических работ №13, оформление отчёта	ПК 1.1,1.3
	<b>72. Практическая работа</b> – «Проведение оценки конкурентоспособности и разработка мероприятий по ее повышению».	1	Методические рекомендации по выполнению практических работ №13, оформление отчёта	ПК 1.1,1.3
	<b>73. Дифференцированный зачет</b>	1		
	<b>74. Дифференцированный зачет</b>	1		
<b>Самостоятельная работа</b>		4		
<b>Всего:</b>		<b>78 часов</b>		

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

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

Для реализации программы учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» должны быть предусмотрены специальные помещения:

- кабинет «Маркетинг гостиничного предприятия», оснащенный оборудованием: доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), шкафами для хранения муляжей (инвентаря), раздаточного дидактического материала и др.;

- технические средства: компьютер, средства аудиовизуализации, мультимедийный проектор; наглядные пособия (натуральные образцы продуктов, муляжи, плакаты, DVD фильмы, мультимедийные пособия).

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

Формирование библиотечного фонда осуществляется в последовательности: нормативно-правовые акты (*при наличии*); основные печатные издания; основные электронные издания; дополнительные источники

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Баумгартен. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 338 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10548-3. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/495455>.

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. – Саратов : Профобразование, 2020. – 232 с. – ISBN 978-5-4488-0726-8. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/88760.html>.

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

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	Устный опрос Тестирование по теме

	75% правильных ответов	
Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки. Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
<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