

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ГОРОДА МОСКВЫ

Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение города Москвы
**«СТОЛИЧНЫЙ КОЛЛЕДЖ ИНДУСТРИИ
СЕРВИСА И ГОСТЕПРИИМСТВА»
(ГБПОУ СКИСиГ)**

УТВЕРЖДЕНО

приказом и.о. директора ГБПОУ СКИСиГ

«29» июня 2022 № 01-08-140

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП 02. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ
по специальности 43.02.14 Гостиничное дело
(очная форма обучения)**

Москва, 2022

ОДОБРЕНА

Предметной (цикловой) комиссией
специальных дисциплин (гостиничное
дело и туризм)

Протокол № 5

от «24» июня 2022 г.

Председатель П(Ц)К

_____/ Н.Г.Грошева

Разработано на основе Федерального
государственного образовательного стандарта по
специальности среднего профессионального
образования **43.02.14 Гостиничное дело**
(Приказ Минобрнауки России от 09.12.2016 N 1552)
и примерной основной образовательной программы
43.02.14 Гостиничное дело. Зарегистрировано в
государственном реестре примерных основных
образовательных программ Утверждено
протоколом Федерального учебно-методического
объединения по УГПС 43.00.00 Сервис и туризм: от
28.06.2021 № 01 рег. Номер 37. Приказ ФГБОУ
ДПО ИРПО № П-41 от 28.02.2022

СОГЛАСОВАНА:

И.о. директора

_____/ А.В. Бутримов

Организация-разработчик:

ГБПОУ СКИСиГ, г. Москва

Разработчик: Грошева Наталья Геннадьевна, преподаватель ГБПОУ СКИСиГ

Содержание программы реализуется в процессе освоения студентами основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, в соответствии с требованиями ФГОС СПО для очной формы обучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	18

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

1.1. Область применения программы:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина входит в перечень учебных дисциплин учебного плана, входит в общепрофессиональный цикл.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих, и профессиональных компетенций, а также личностных результатов.

Перечень личностных результатов реализации программы воспитания, элементы которых формируются в рамках дисциплины:

ЛР10. Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.;

ЛР11. Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры;

ЛР12. Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания;

ЛР13. Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности;

ЛР14. Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектномыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость;

ЛР15. Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.

Перечень общих компетенций, элементы которых формируются в рамках дисциплины:

- ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применител
к различным контекстам.
- ОК 2. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для
выполнения задач профессиональной деятельности.
- ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное
развитие.
- ОК 4. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами,
руководством, клиентами.
- ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с
учетом особенностей социального и культурного контекста.
- ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное
поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять
стандарты
антикоррупционного поведения.

- ОК 7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
- ОК 8 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
- ОК 9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках.
- ОК 11 Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

Перечень профессиональных компетенций, элементы которых формируются в рамках дисциплины:

- 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.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Планируемые результаты освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь и знать:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 4.1	планировать и прогнозировать продажи.	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта.
ПК 4.2	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.	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 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.	оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;	критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам.

	разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.	
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; 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).	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	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.	номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития исамообразования
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности
ОК 05	излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы.	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.
ОК 09	применять средства	современные средства и устройства

	информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение	информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
ОК 10	<p>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</p>	<p>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</p>
ОК11	<p>выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p>	<p>основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>

2.2. Количество часов на освоение программы дисциплины ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

объем учебной нагрузки обучающегося - 142 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **118** часов;

самостоятельной работы обучающегося – **16** часов;

консультации – 2 часа;

промежуточная аттестация – 6 часов.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем учебной дисциплины	142
в том числе:	
теоретическое обучение	65
практические занятия	53
самостоятельная работа	16
консультации	2
Промежуточная аттестация	6 экзамен

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1 Введение в маркетинг гостиничных услуг.	Содержание учебного материала	10	
	1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР10-ЛР-15
	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.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР10-ЛР-15
	3. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	4. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	5. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Тематика практических занятий	8	
	Практическое занятие № 1 Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 2 Выявление особенностей окружающей среды гостиничного предприятия	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 3 Характеристика гостиничных объектов	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 4 Анализ маркетинговой деятельности в гостинице	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15

Тема 2 Рынок гостиничных услуг.	Содержание учебного материала	10	
	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	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	3. Особенности и перспектив развития рынка гостиничных услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	4. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	2	ОК 01 - ОК 12 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	5. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Тематика практических занятий	8	
	Практическое занятие № 5 Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 6 Анализ особенностей поведения потребителей услуг	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.	Практическое занятие № 7 Анализ маркетинговых мероприятий, проводимых в конкретной гостинице	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 8 Субъекты маркетинговой деятельности гостиницы	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Содержание учебного материала	18	
	1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P).	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	2. Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15

	3. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	4. 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.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	5. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	6. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Тематика практических занятий	10	
	Практическое занятие № 9 Анализ комплекса маркетинга конкретной гостиницы	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 10 Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов	4	ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 11 Составление таблицы позиционирования гостиничного продукта	2	ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 12 Рассмотрение методов формирования спроса	2	ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Содержание учебного материала	12	
	1. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	2. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15

	3. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ПК 4.3. ЛР10-ЛР-15
	4. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ПК 4.3 ЛР10-ЛР-15
	5. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	6. PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.	2	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Тематика практических занятий	10	
	Практическое занятие № 13 Анализ рекламы конкретной гостиницы	2	ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 14 Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия	2	ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 15 Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)	2	ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 16 Составить рекламный проспект гостиницы	2	ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 17 Разработать макет наружной рекламы гостиницы	2	ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.	Содержание учебного материала	14	
	1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	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	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	4. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.	2	ОК 01 - ОК 10, ПК 4.2

			ЛР10-ЛР-15
	5. Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	6. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	7. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2, ПК 4.3. ЛР10-ЛР-15
	Тематика практических занятий	8	
	Практическое занятие № 18 Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 19 Отработка навыков составления анкет	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 20 Проведение анкетирования	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 21 Анализ отзывов о гостинице для целей маркетинга	2	ПК 4.1, ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
Тема 6 Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Содержание учебного материала	7	
	1. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	2. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	3. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	3	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2 ЛР10-ЛР-15
	Тематика практических занятий	9	
	Практическое занятие № 22 Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению	2	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3. ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 23 Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».	2	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3. ЛР10-ЛР-15
	Практическое занятие № 24 Анализ ЖЦТ гостиничного продукта и разработка предложений по его оптимизации	2	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3. ЛР10-ЛР-15

	Практическое занятие № 25 Анализ конкурентов конкретной гостиницы	3	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3. ЛР10-ЛР-15
	Объем образовательной программы	147	
	Самостоятельная работа	16	
	Консультации	2	
	Промежуточная аттестация в форме экзамена	6	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

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

– кабинет «основы маркетинга», оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; компьютерные места для обучающихся; рабочее место преподавателя.

(перечисляется основное оборудование кабинета),

– техническими средствами обучения: компьютер; мультимедийная доска мультимедийный проектор (цифровой проектор); проекционный экран.

(перечисляются технические средства необходимые для реализации программы).

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемых для использования в образовательном процессе

4.2.1. Печатные издания

Основные источники

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>
2. *Скобкин, С. С.* Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10549-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495453>
3. *Морозова, Н. С.* Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497244>

Дополнительные источники

1. *Кузьмина, Е. Е.* Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491625>

2. *Тюрин, Д. В.* Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>
3. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14377-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489818>

Электронные ресурсы:

1. *Поляков, В. А.* Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495461>

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Промежуточная аттестация форме: экзамен

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

Определять основные направления продвижения гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные продажи и средства стимулирования сбыта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Называть специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта, определять виды стимулирования сбыта.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования.	Ответы на вопросы на знание и понимание 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос
Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки. Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦГ.	Ответы на вопросы на знание и понимание 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
Анализировать состояние спроса потребителей на услуги гостеприимства.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Представить зависимость объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды;	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Определить целевой сегмент потребителей гостиничных услуг.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Решить ситуационные задания на определение использования рыночных концепций маркетинга.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы
Определить рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и способы его продления.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Разработать практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.	Оценка результатов	Оценка результатов выполнения практической работы

Разработать рекламное обращение гостиничного предприятия для различных целевых сегментов.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Сформировать рекламные материалы (брошюру, каталог, буклет и т.д.).	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Разработать программу рекламной компании гостиничного предприятия.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Решать проблему выбора средств распространения рекламы и оценка ее эффективности».	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Использовать методы поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	Оценка результатов	Экспертная оценка умения
Анализировать рынок гостиничных услуг, для определения инструментов маркетинга, применяемых в гостиничном предприятии.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка процесса
Демонстрировать навыки составления анкет.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения Оценка результатов
Демонстрировать навыки оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению.	Оценка результатов	Экспертная оценка умения

Контроль и оценка результатов освоения личностных результатов

ЛР10. Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.	Демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа; - проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ЛР11. Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.	Демонстрация интереса к будущей профессии;	Творческие проекты Участие в коллективных мероприятиях, проводимых на различных уровнях. Участие в волонтерском движении
ЛР12. Принимающий семейные ценности, готовый к созданию	Ответственность за результат учебной деятельности и	Участие в конкурсах профессионального мастерства

<p>семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.</p>	<p>подготовки к профессиональной деятельности;</p> <p>Проявление высокопрофессиональной трудовой активности;</p> <p>Участие в исследовательской и проектной работе;</p> <p>Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</p>	
<p>ЛР13. Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности.</p>	<p>Проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо отечества;</p> <p>Оценка собственного продвижения, личностного развития;</p> <p>Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;</p>	
<p>ЛР14. Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектномыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный,</p>		

<p>дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость</p>		
<p>ЛР15. Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.</p>		