

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ПАВЛОВСКИЙ ТЕХНИКУМ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП 02. Основы маркетинга гостиничных услуг**

**для специальности среднего  
профессионального образования**

**43.02.14. Гостиничное дело**

**г. Павловск  
2022**

РАССМОТРЕНО  
на заседании П(Ц)К экономики,  
менеджмента и права

Протокол № 8 от «19» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.02  
Основы маркетинга гостиничных услуг  
разработана в соответствии с ФГОС  
СПО по специальности 43.02.14  
Гостиничное дело, утвержденного  
приказом Министерства образования и  
науки Российской Федерации  
09.12.2016 № 1552

СОГЛАСОВАНО  
заместителем директора по учебной  
работе и развитию образовательных  
программ  
Ноздрачевой Э.В.  
« 24 » мая 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор техникума

«25» мая 2022 г.

СОГЛАСОВАНО  
заведующим отделением  
Забудько Л.В.  
« 23 » мая 2022 г.

Организация-разработчик:  
ГБПОУ ВО «Павловский техникум»

Разработал: Забудько Л. В., преподаватель ГБПОУ ВО «Павловский техникум»

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>4</b>
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>10</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>17</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>19</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП 02. ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

## 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг – общепрофессиональная дисциплина, которая относится к общепрофессиональному циклу.

## 1.3. Планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- планировать и прогнозировать продажи
- 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
- оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта
- 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)
- 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.

- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития
- организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами
- излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы.
- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение
- 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
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
- применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем

**знать:**

- рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта
- способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта
- критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;
- виды отчетности по продажам

- 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.
- номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации
- содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования
- психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности
- особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов
- современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности
- 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
- основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
- технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем

Коды ПК, ОК, ПДК	Умения	Знания
ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале	планировать и прогнозировать продажи	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта
ПК 4.2. Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы	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	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;

	<p>лояльности гостей;          выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;          проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж</p>	<p>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</p>
<p>ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей</p>	<p>оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;          определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;          разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта</p>	<p>критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;          виды отчетности по продажам</p>
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.</p>	<p>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;</p>	<p>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</p>

	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	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. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	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 и самообразования
ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста	излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов
ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности	применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение	современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности
ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые),	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные



государственном и иностранном языке	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	глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
ПДК.1. Применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем (WSSS компетенция № Е57 «Администрирование отеля»)	применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем	технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем ОП</b>	96
<b>Самостоятельная работа</b>	4
<b>Консультации</b>	4
<b>Всего во взаимодействии с преподавателем, в том числе</b>	88
в форме практической подготовки	68
<b>В том числе:</b>	
лекции, уроки	56
практические занятия	32
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

## 2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	
1	2	3	4	
Тема 1 Введение в маркетинг гостиничных услуг	<b>Содержание учебного материала, в том числе в форме практической подготовки - 4</b>	<b>8</b>	ОК 01 - ОК 05, ОК 09-ОК 11 ПДК.1	
	Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. 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. 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. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия			
	<b>Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки</b>		<b>8</b>	ПК 4.1 ПК 4.2 ПДК.1
	1	Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства		
	2	Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды		
3	Определение концепции управления гостиницей, ее основные характеристики и цель			
4	Характеристика участников маркетинговой деятельности гостиничного предприятия			
Тема 2 Рынок гостиничных	<b>Содержание учебного материала, в том числе в форме практической подготовки - 4</b>	<b>10</b>		

услуг	<p>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. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспектив развития рынка гостиничных услуг. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг</p>			<p>ОК 01 - ОК 05, ОК 09 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПДК.1</p>
	<b>Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки</b>		<b>4</b>	<p>ПК 4.1 ПК 4.2 ПДК.1</p>
	5	Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.		
6	Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Решение ситуационных задач, кейсов			
<b>Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала, в том числе в форме практической подготовки - 10</b>		<b>12</b>	<p>ОК 01 - ОК 05, ОК 09 – ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПДК.1</p>

	<p>Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение. 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. 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. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.</p>		
	<p><b>Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки</b></p>	<b>4</b>	
	<p><b>7</b>    Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления</p>		ПК 4.1 ПК 4.2 ПДК.1
	<p><b>8</b>    Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов</p>		
<p><b>Тема 4 Коммуникационная</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала, в том числе в форме практической подготовки - 10</b></p>	<b>12</b>	ОК 01 - 02, ОК 04 ОК 09 - ОК 11

<p><b>политика гостиничного предприятия</b></p>	<p>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). 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. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.</p>		<p>ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3 ПДК.1</p>
	<p><b>Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки</b></p>	<b>8</b>	<p>ПК 4.2 ПК 4.3 ПДК.1</p>
	<p>9   Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки</p>		
	<p>10   Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия</p>		
	<p>11   Деловая игра: Осуществление рекламной кампании гостиничных услуг</p>		
	<p>12   Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)</p>		
<p><b>Тема 5 Методологические</b></p>	<p><b>Содержание учебного материала, в том числе в форме практической подготовки - 6</b></p>	<b>10</b>	<p>ОК 01 - ОК 03 ПК 4.1</p>

<b>основы маркетинговых исследований</b>	<p>Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.</p> <p>Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации. 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. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. 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. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.</p>		ПК 4.2 ПДК.1
	<p><b>Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки</b></p> <p>13 Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет</p> <p>14 Отработка навыков составления анкет</p> <p>15 Комплексный анализ потребительских ценностей, ожиданий, удовлетворенности и качества потребителей услуг гостеприимства</p>	<b>6</b>	ПК 4.1 ПК 4.2 ПДК.1
<b>Тема 6 Конкурентоспособность гостиничного предприятия</b>	<p><b>Содержание учебного материала, в том числе в форме практической подготовки - 2</b></p> <p>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.</p> <p>Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.</p>	<b>4</b>	ОК 01 - ОК 02 ПК 4.2
	<p><b>Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки</b></p> <p>16 Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению</p>	<b>2</b>	ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3.

<b>Самостоятельная работа</b> Подбор материала, систематизация и оформление презентаций, эссе по представленной тематике Разработка фирменного стиля гостиничного предприятия, его анализ и характеристика; решение задач и ситуаций по оценке эффективности рекламы Выполнение оценки конкурентоспособности предоставляемых услуг гостеприимства относительно ведущих конкурентов сферы услуг	<b>4</b>	
<b>Консультации</b>	<b>4</b>	
<b>Всего:</b>	<b>96</b>	



### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета «Маркетинга».

Оборудование учебного кабинета:

рабочее место преподавателя,  
рабочие места обучающихся,  
учебная доска,  
плакаты и стенды по темам занятий

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе"
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) "О защите прав потребителей"

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>

Дополнительные источники:

1. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487560>
2. 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>
3. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489724>
  4. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489738>
  5. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492677>

#### Интернет ресурсы:

1. <http://marketing.spb.ru/> - энциклопедия маркетинга
2. <http://www.marketologi.ru/> - сайт гильдии маркетологов
3. <http://www.ram.ru/> - сайт Российской ассоциации маркетинга
4. <http://4p.ru/> - on-line журнал по маркетингу 4p.ru
5. <http://www.aup.ru> - административно-управленческий портал
6. <http://www.frio.ru> - федерация Рестораторов и Отельеров России
7. [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru) - сайт гильдии маркетологов

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

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания, компетенции)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Знать:</p> <p>рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта</p> <p>способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта</p> <p>критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам</p> <p>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.</p> <p>номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Оценка выполнения ситуационных задач</p> <p>Оценка результатов деятельности при участии в деловой игре</p> <p>Оценка результатов деятельности при участии в ролевой игре</p> <p>Оценка внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>Фронтальный опрос</p> <p>Тестирование</p> <p>Наблюдение и оценка на практических занятиях</p> <p>Анализ деятельности обучающихся на практическом занятии;</p> <p>Решение производственной ситуации.</p>

<p>оформления результатов поиска информации содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности 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 основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем</p>	<p>Устный опрос Фронтальный опрос Оценка выполнения ситуационных задач Оценка результатов деятельности при участии в деловой игре Оценка результатов деятельности при участии в ролевой игре Оценка внеаудиторной самостоятельной работы Тестирование</p>
<p>Уметь: планировать и прогнозировать продажи 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 оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта 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,</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы Оценка внеаудиторной самостоятельной работы Оценка выполнения ситуационных задач Оценка результатов деятельности при участии в деловой игре Оценка результатов деятельности при участии в ролевой игре Тестирование</p>

<p>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)</p> <p>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.</p> <p>определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития</p> <p>организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами</p> <p>излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы.</p> <p>применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение</p> <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>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>применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы</p> <p>Оценка выполнения ситуационных задач</p> <p>Оценка результатов деятельности при участии в деловой игре</p> <p>Оценка результатов деятельности при участии в ролевой игре</p> <p>Тестирование</p> <p>Наблюдение и оценка на практических занятиях</p> <p>Анализ деятельности обучающихся на практическом занятии;</p> <p>Решение производственной ситуации.</p>
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.</p> <p>ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности</p> <p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.</p> <p>ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством,</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Оценка выполнения ситуационных задач</p> <p>Оценка результатов деятельности при участии в деловой игре</p> <p>Оценка результатов деятельности при участии в ролевой игре</p> <p>Оценка внеаудиторной</p>

<p>клиентами.</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.</p> <p>ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности</p> <p>ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке</p> <p>ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере</p> <p>ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале</p> <p>ПК 4.2. Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы</p> <p>ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей</p> <p>ПДК.1. Применять современные технологии гостиничной деятельности в работе с потребителем</p>	<p>самостоятельной работы</p> <p>Тестирование</p> <p>Оценка результатов выполнения практической работы</p> <p>Оценка выполнения ситуационных задач</p> <p>Оценка результатов деятельности при участии в деловой игре</p> <p>Оценка внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>Оценка результатов выполнения практической работы</p>
--	--