Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ**

**НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**

**при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ЗАПАДНЫЙ ФИЛИАЛ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

учебной дисциплины

ОП 02. Основы маркетинга гостиничных услуг

специальность

Специальность 43.02.14 «Гостиничное дело»

Квалификация выпускника

Специалист по гостеприимству

Форма обучения

очная

Санкт-Петербург, 2021

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного от 9 декабря 2016 г. № 1552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело

Разработчик:

А.А. Дочкина – декан ФСПО, преподаватель, кандидат экономических наук.

Рецензент:

В.С. Бурылов – заместитель декана ФСПО, преподаватель, кандидат экономических наук.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 | **3** |
| 1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
2. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 | **7****13** |
| 1. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
 | **14** |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**1.1. Область применения примерной программы**

Примерная рабочая программа учебной дисциплины является частью примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 п документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта. |
| ПК 4.3. | 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. | критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;виды отчетности по продажам. |
| 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 и самообразования |
| 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 | **п**рименять 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 | 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 | правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности |
| ОК11 | 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 |

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Объем учебной дисциплины** | 92 |
| в том числе: |
| теоретическое обучение | 44 |
| лабораторные работы  |  |
| практические занятия  | 28 |
| курсовая работа (проект)  |  |
| консультация | 2 |
| **Самостоятельная работа** | 12 |
| **Промежуточная аттестация экзамен** | 6 |

**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** | **8** |  |
| **1.** Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. | **2** | ОК 01 - ОК 11ПК 4.1ПК 4.2 ПК 4.3 |
| **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 11ПК 4.1ПК 4.2  ПК 4.3 |
| **3.** Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса. | **2** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2  |
| **4.** Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия. | **2** | ОК 01 - ОК 11ПК 4.2  |
| **Тематика практических занятий** | **4** |  |
| **1. Практическая работа –** «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства».  | **2** | ПК 4.1ПК 4.2  |
| **2. Практическая работа –** «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»; | **1** | ПК 4.1ПК 4.2  |
| **Тема 2****Рынок гостиничных услуг.** | **Содержание учебного материала** | **7** |  |
| **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 11ПК 4.1ПК 4.2  |
| **2.** Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг. | **2** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.1ПК 4.2  |
| **3.** Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.  | **2** | ОК 01 - ОК 12ПК 4.2  |
| **4**. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.  | **1** | ОК 01 - ОК 11ПК 4.1ПК 4.2  |
| **Тематика практических занятий** | **4** |  |
| **1. Практическая работа – «**Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг». | **2** | ПК 4.1ПК 4.2  |
| **2. Практическая работа –** «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов. | **2** | ПК 4.1ПК 4.2  |
| **Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.** | **Содержание учебного материала**  | **8** |  |
| **1.** Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).  | **1** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.1ПК 4.2  |
| **2.** Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.  | **2** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.1ПК 4.2  |
| **3.** Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.  | **2** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.1ПК 4.2  |
| **4.** 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 10ПК 4.2  |
| **5.** Продвижение как составляющее комплекса маркетинга**.** Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства. | **1** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2  |
| **Тематика практических занятий** | 2 |  |
| **1. Практическая работа – «**Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.». | **2** | ПК 4.1ПК 4.2  |
| **Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия** | **Содержание учебного материала** | **10** |  |
| **1.** Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг). | **2** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.1ПК 4.2  |
| **2.** Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. | **2** | ОК 01 - ОК 11ПК 4.2ПК 4.3. |
| **3.** Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. | **2** | ОК 01 - ОК 11ПК 4.2ПК 4.3 |
| **4.** Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. | **2** | ОК 01 - ОК 11ПК 4.2  |
| **5** PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий**.** Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. | **2** | ОК 01 - ОК 11ПК 4.2  |
| **Тематика практических занятий**  | **10** |  |
| **1. Практическая работа – «**Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки». | **2** | ПК 4.2  |
| **2.** **Практическая работа – «**Овладение методикой разработки рекламной кампаниигостиничного предприятия». | **2** | ПК 4.2  |
| **3. Практическая работа – «**Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.». | **4** | ПК 4.2  |
| **4. Практическая работа – «**Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов». | **2** | ПК 4.2  |
| **Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.** | **Содержание учебного материала** | **11** |  |
| 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 10ПК 4.1ПК 4.2  |
| 2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.  | **2** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.1ПК 4.2 |
| 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 10ПК 4.2 |
| 4**.** Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. | **2** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| 5**.** Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления. | **1** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| 6.Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг. | **2** | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2ПК 4.3. |
| **Тематика практических занятий**  | **5** |  |
| **1. Практическая работа – «**Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет». | **2** | ПК 4.1ПК 4.2 |
| **2. Практическая работа – «**Отработка навыков составления анкет». | 3 | ПК 4.1ПК 4.2 |
| **Тема 6****Конкурентоспособность гостиничного предприятия** | **Содержание учебного материала** | 4 |  |
| **1.** Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| **2.** Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| **Тематика практических занятий**  | 2 |  |
| **1. Практическая работа – «**Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению». | 2 | ПК 4.1ПК 4.2 ПК 4.3. |
| **Всего:**  | **72часав** |  |

**3. ПРИМЕРНЫЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

**3.1. Материально-техническое обеспечение**

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).

Лабораторий – не предусмотрено.

**3.2. Информационное обеспечение обучения**

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

**3.2.1. Основные источники**

1. Скобкин, С. С. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10549-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456730>

Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 338 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10548-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456732>

### Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Поведение потребителей: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа [http://znanium.com](http://znanium.com/)]
2. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
3. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
4. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
5. On-line журнал по маркетингу 4p.r[u: http://4p.ru/](http://4p.ru/)
6. <http://www.aup.ru/library/> - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.
7. Административно-управленческий портал: [http://www.aup.ru](http://www.aup.ru/)
8. [http://www.marketingandresearch.ru/-журнал](http://www.marketingandresearch.ru/-%C3%90%C2%B6%C3%91%C6%92%C3%91%E2%82%AC%C3%90%C2%BD%C3%90%C2%B0%C3%90%C2%BB)
9. [http://www.frio.ru](http://www.frio.ru/) Федерация Рестораторов и Отельеров России.
10. <http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx>
11. [http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie- posobiya-po-reklame-internet-marke.html](http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html) (электронные учебники).
12. <http://studentam.net/content/view/515/58/> (электронные учебники).
13. [www.hospitality.ru](http://www.hospitality.ru/)
14. [http://piter- press.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie\_menegement.html](http://piter-press.ru/theme/upravlenie_menegement.html)
15. [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru/) (сайт гильдии маркетологов).
16. [www.btlregion.ru](http://www.btlregion.ru/) (всё о BTL).
17. <http://marketing.rbc.ru/>(исследования РБК).
18. [www.gks.ru](http://www.gks.ru/) (Гос. служба статистики).

### Дополнительные источники

1. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453850>
2. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450814>

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Методы оценки** |
| **Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:** |  |  |
| Знание о[собенностей маркетинга в гостиничной деятельности](http://www.redov.ru/nauchnaja_literatura_prochee/osnovy_industrii_gostepriimstva/p12.php#metkadoc3), 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](http://www.redov.ru/nauchnaja_literatura_prochee/osnovy_industrii_gostepriimstva/p12.php#metkadoc6) 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 понимание75% правильных ответов | Устный опросТестирование 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 понимание75% правильных ответов | Устный опросТестирование 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 понимание75% правильных ответов | Устный опросТестирование 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 ЖЦТ. | Ответы на вопросы на знание и понимание75% правильных ответов | Устный опросТестирование 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 процессавыполнения 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 результатоввыполнения практической работы |
| Разработать рекламное обращение гостиничного предприятия для различных целевых сегментов. | Оценка результатов | Экспертная оценка уменияОценка результатов |
| Сформировать рекламные материалы (брошюру, каталог, буклет и т.д.). | Оценка результатов | Экспертная оценка уменияОценка результатов |
| Разработать программу рекламной компаниигостиничного предприятия. | Оценка результатов | Экспертная оценка уменияОценка результатов |
| Решать проблемувыбора 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 уменияОценка процесса |
| Демонстрировать навыкисоставления анкет. | Оценка результатов | Экспертная оценка уменияОценка результатов |
| Демонстрировать навыкиоценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |