

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа

 Мозуль Л.Н.
(подпись) (Ф.И.О.)
«31» августа 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Специальность:
43.02.14 Гостиничное дело

Квалификация выпускника: специалист по гостеприимству

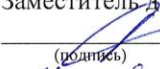
Согласовано:

Начальник отдела СПО УОД

 Г.М. Шульц
(подпись) (Ф.И.О.)

«31» августа 2021 г.

Заместитель директора по УМ и ВР

 О.Е. Тимошенко
(подпись) (Ф.И.О.)

«31» августа 2021 г.

Разработчик:

Преподаватель ГЭК НовГУ

 Т.П. Петрова
(подпись) (Ф.И.О.)

«30» августа 2021 г.

Предметной (цикловой) комиссией
профессионального цикла

Протокол № 1

от «31» августа 2021 г.

Председатель предметной (цикловой)
комиссии


(подпись)

Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.14 «Гостиничное дело», приказ Министерства образования и науки РФ от «09» декабря 2016 г. № 1552

СОДЕРЖАНИЕ

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1	Область применения рабочей программы.....	4
1.2	Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
1.3	Цели и планируемые результаты освоения учебной дисциплины	4
1.4	Рекомендуемое количество часов на освоение учебной дисциплины.....	5
2	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
2.1	Объём учебной дисциплины и виды учебной работы.....	5
2.2	Тематический план и содержание учебной дисциплины.....	7
2.3	Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.....	11
3	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
3.1	Требования к материально-техническому обеспечению.....	11
3.2	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	11
4	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИ-	13
	ПЛИНЫ.....	
4.1	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения.....	13
4.2	Рекомендации по использованию оценочных средств.....	14
5	ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ.....	16

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины относится к обязательной части образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.14 Гостиничное дело.

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке.

1.2 Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина относится к обязательной части цикла общепрофессиональных дисциплин, изучается в 4 семестре.

1.3 Цели и планируемые результаты освоения учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов твердых теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых коммуникаций.

Таблица 1 - Результаты освоения учебной дисциплины

Код компетенции	Формулировка компетенции	Умения и знания
ПК 4.1	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале	Уметь: планировать и прогнозировать продажи. Знать: рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта.
ПК 4.2	Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы	Уметь: 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. Знать: 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.	Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей	Уметь: 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. Знать: критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	Уметь: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; 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). Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте. 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	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	Уметь: определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска. Знать: 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	Уметь: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития Знать: 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	Уметь: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами Знать: психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста	Уметь: излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы. Знать: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов.
ОК 09	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности	Уметь: применять средства Знать: современные средства и устройства
		Уметь: информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение Знать: информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности

ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Уметь: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы Знать: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
ОК11	Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере	Уметь: выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования Знать: основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты

1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение учебной дисциплины

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 72 часа,

в том числе:

-обязательная аудиторная учебная нагрузка 68 часов

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Таблица 2 - Трудоемкость учебной дисциплины для очной формы обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	68
в том числе:	
теоретическое обучение	38
практические занятия	30
в форме практической подготовки	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
в том числе:	4
внеаудиторная самостоятельная работа	
Итоговая аттестация: дифференцированный зачет , 4 семестре	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Таблица 3 – Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1 Тема 1. Введение в маркетинг гостиничных услуг	Содержание учебного материала 1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. 2. Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями. 3. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса. 4. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	8	ОК.01- ОК.05
	Практическая работа № 1. Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства.	4	ОК.02 ОК.03 ОК.10 ОК.11
	Практическое занятие № 2 Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды.	2	ОК.02 ОК.03 ОК.10 ОК.11
Тема 2	Содержание учебного материала	6	ОК.02 ОК.03

Рынок гостиничных услуг	1. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этический) маркетинг. 2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспектив развития рынка гостиничных услуг. 3. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. 4. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, 5 концентрированный маркетинг.		ОК.10 ОК.11
	Практическая работа № 3. Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.	2	ОК.02 ОК.03 ОК.10 ОК.11
	Практическая работа № 4. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Решение ситуационных задач, кейсов.	4	ОК.02 ОК.03 ОК.10 ОК.11
Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга	Содержание учебного материала 1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P). 2. Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта. 3. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования. 4. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Брендирование пространства. Типы посредников. 5. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.	6	ОК.04 ОК.05 ОК.09
	Практическая работа № 5. Определение ры-	4	ОК.02 ОК.03

	ночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.		ОК.10 ОК.11
Тема 4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Содержание учебного материала 1. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг). 2. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. 3. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. 4. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. 5. PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.	6	ОК.04 ОК.05 ОК.09 ОК.10, ОК.11 ПК4.1 ПК 4.2
	Практическая работа № 6. Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки	2	ОК.02 ОК.03 ОК.10, ОК.11
	Практическая работа № 7. Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия.	2	ОК.02 ОК.03 ОК.10, ОК.11
	Практическая работа № 8. Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.	2	ОК.02 ОК.03 ОК.10, ОК.11
Тема 5. Методологические основы маркетинговых исследований	Содержание учебного материала 1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования. 2. Основные принципы организации маркетингового исследования (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации. 3. Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по це-	6	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК4.2

	ли, типу опрашиваемых, частоте проведения 4. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. 5. Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления. 6. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.		
	Практическая работа № 9. Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет	2	ОК.02 ОК.03 ОК.10 ОК.11
	Практическая работа № 10. Отработка навыков составления анкет.	2	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 6. Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Содержание учебного материала . Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг. 2. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ	6	ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	Практическая работа № 11. Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению	6	ОК.02 ОК.03 ОК.10 ОК.11
	Самостоятельная работа № 1. Подготовка презентаций по темам	4	ОК.02 ОК.03 ОК.10 ОК.11
	Всего	72	

2.3 Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

В целях реализации компетентного подхода при преподавании учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» используются современные образовательные технологии: информационные технологии (компьютерные презентации), технологии развивающего обучения, технологии проблемного обучения. В сочетании с самостоятельной работой обучающихся для формирования и развития общих компетенций применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (групповая консультация, разбор конкретных ситуаций, групповая дискуссия).

Для проведения текущего контроля знаний и умений используется оценка практических работ и тестовых заданий, выполненных обучающимися на занятиях в аудитории и выполненных самостоятельно во внеаудиторное время. Для проведения промежуточной аттестации используется устные, письменные или комбинированные способы оценки уровня достижения результатов освоения учебной дисциплины.

Основное содержание теоретической части излагается на лекционных занятиях, которые выполняют пять основных функций: информационную (сообщение новых знаний), развивающую (развитие познавательных процессов, памяти, мышления), воспитывающую (воспитание профессиональных и личностных качеств, формирование взглядов, убеждений, мировоззрения), стимулирующую (развитие познавательных и профессиональных интересов), координирующую (координация с другими видами занятий).

Важной частью учебной дисциплины являются практические занятия и самостоятельная работа, рекомендации по проведению которых представлены в соответствующих методических рекомендациях, являющихся составной частью учебно-методического комплекса. Также закрепить теоретический материал, выработать навыки самостоятельной аналитической и практической работы и сформировать более глубокую систему знаний помогает знакомство с основной и дополнительной литературой по данной дисциплине.

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета междисциплинарных курсов.

Оборудование учебного кабинета: междисциплинарных курсов

Технические средства обучения: компьютер, мультимедийная установка.

Учебно-наглядные пособия: учебно-методический комплекс по дисциплине.

Специализированная мебель: 15 столов, 30 стульев, рабочее место преподавателя, доска, 2 книжных шкафа.

3.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 338 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10548-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475814> (дата обращения: 12.08.2021).

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, 2021. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10549-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475812> (дата обращения: 12.09.2021).

Дополнительная литература

1. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468861> (дата обращения: 12.09.2021).

1. 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> (дата обращения: 10.09.2021).

2. 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, 2021. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст : электронный // Образовательная

ная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488108> (дата обращения: 12.09.2021).

Программное обеспечение

Наименование программного продукта	Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
Microsoft Windows 10 for Educational Use	Dreamspark (Imagine) № 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	30.04.2015
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999. Node 1 year Educational Renewal License	Договор №148/ЕП(У)20-ВБ, 1С1С-200914-092322-497-674	11.09.2020
Zoom	Договор №363/20/90/ЕП(у)20-ВБ	04.06.2020
Подписка Microsoft Office 365	свободно распространяемое для вузов	-
Adobe Acrobat	свободно распространяемое	-
Zoom	свободно распространяемое	-

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru	Договор № 56/ЕП(У)21 от 17.12.2021	31.12.2022
Электронная база данных электронной библиотечной системы «Лань» https://e.lanbook.com	Договор № 59/ЕП(У)21 от 17.12.2021	31.12.2022
	Договор № 57/ЕП(У)21 от 17.12.2021	31.12.2022
Электронная база данных электронной библиотечной системы «Лань» https://e.lanbook.com	Договор № СЭБ НВ-283 от 09.11.2020	31.12.2023
База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/	в открытом доступе	-
Информационные справочные системы		
Справочно-правовая система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс студенту и преподавателю) www.consultant.ru/edu/	в открытом доступе	-

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

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

Таблица 4 – Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Коды формируемых общих и профессиональных компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
---	---	---

уметь: 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; - определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.	ОК 01- ОК 05 ОК 10; ОК 11	Формы контроля: групповой, фронтальный, индивидуальный Методы контроля умений: практическое задание самостоятельная работа Методы контроля знаний: тестирование устный опрос Методы оценки: -традиционная система оценок в баллах за каждую выполненную работу, на основе которой выставляется итоговая отметка; -накопительная система оценок в баллах, на основе которой выставляется итоговая оценка.
знать: - рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; - виды каналов сбыта гостиничного продукта; - 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.	ОК.01, ОК.02 ОК 01-05, ОК 10,11 ПК 4.2	

4.2 Рекомендации по использованию оценочных средств

а) Тестовые задания

При выполнении тестовых заданий необходимо обращать внимание на то, что возможен только один правильный вариант ответа. Время на выполнение тестовых заданий ограничено.

Критерии оценки	Кол-во вопросов	Кол-во вариантов заданий
Правильность ответа на вопросы	16	5

Пример тестовых заданий

Тест № 1.

Вопрос 1

Исключите лишнее: Элементы спроса на туристические услуги:

- А) Подготовка путешествия (информация, консультации, продажа билетов, обмен валюты, покупка одежды, снаряжения и т.д.)
- Б) Передвижение (перевозка к месту пребывания, экскурсии и т.д.)
- В) Проживание и питание (в отелях, кемпингах, ресторанах)
- Г) Деятельность в местах размещения (развлечения, спорт, покупки, музеи и т.д.)
- Д) Покупки и личные нужды (покупка предметов первой необходимости, медицинская помощь)
- Е) Предварительный объезд или обход маршрута (в случае ремонта дороги, транспортной пробки).
- Ж) Запись и сохранение впечатлений (видео, фотографии, сувениры)

Вопрос 2

Вставьте пропущенный термин:

Элементы маркетинговых коммуникаций – исключите лишнее:

- А) Коммуникатор;
- Б) Целевая группа;
- В) Информация;
- Г) Коммуникативные средства;
- Д) Отчет по исследованию.

б) Дифференцированный зачёт

При подготовке к дифференцированному зачёту можно использовать как конспекты лекций, так и литературу, указанную в рабочей программе дисциплины, в том числе, из дополнительного списка. Разрешается также пользоваться дополнительными достоверными источниками информации, в том числе, размещенными в сети Интернет.

Дифференцированный зачёт включает 2 вопроса.

Критерии оценки	Кол-во вопросов
Уровень знания программного материала Уровень знания современной учебной и научной литературы, нормативно-правовых актов Способность применять знание теории к решению профессиональных задач Владеть понятийным аппаратом Демонстрировать способность к анализу Подтверждать теоретические постулаты примерами из практики	20

Перечень вопросов к дифференцированному зачёту

1. Становление теории и практики маркетинга
2. Концепции маркетинга
3. Сущность и специфика маркетинга в туризме
4. Современные тенденции развития маркетинга в туризме
5. Уровни и координация маркетинга в туризме
6. Микросреда гостиничного предприятия
7. SWOT-анализ деятельности гостиничного предприятия
8. Макросреда гостиничного предприятия
9. Сущность маркетинговой информационной системы гостиничного предприятия

10. Система сбора первичной маркетинговой информации гостиничного предприятия
11. Сущность, содержание, формы и виды маркетинговых исследований
12. Пять конкурентных сил М. Портера
13. Конкурентные стратегии: опережения конкурентов по издержкам, наступательные стратегии, оборонительные стратегии.
14. Конкурентные стратегии: местных компаний на новых рынках, с учетом специфики отрасли и ситуации, на динамичных рынках, в зрелых отраслях, в отраслях на этапе застоя и спада, в сегментированных отраслях,
15. Конкурентные стратегии: для быстро растущих компаний, компаний-лидеров отрасли, для компаний-последователей, для неконкурентоспособных или находящихся в ситуации кризиса компаний
16. Маркетинговый план: определение и структура
17. Маркетинговые исследования потребителей гостиничного предприятия
18. Сегментация рынка услуг гостиничных предприятий
19. Выбор [целевого рынка](#) услуг гостиничных предприятий
20. Позиционирование гостиничного продукта
21. Модель [поведения потребителей](#)
22. Процесс принятия решения о покупке
23. Сущность понятия «маркетинг-микс» гостиничного предприятия
24. Понятие и структура гостиничного продукта
25. Формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия
26. Разработка и внедрение на рынок нового гостиничного продукта
27. Способы организации гостиничного продукта
28. Основные этапы [ценообразования](#) гостиничного продукта
29. Каналы сбыта гостиничного продукта
30. Сбытовая стратегия гостиничного предприятия
31. Сущность маркетинговых коммуникаций гостиничного предприятия
32. Разработка коммуникационной стратегии гостиничного предприятия
33. Сравнительные характеристики основных средств продвижения продукта гостиничного предприятия
34. Служба маркетинга гостиничного предприятия
35. Система маркетингового контроля предприятия сферы гостеприимства
36. Внутренний маркетинг
37. Качество как инструмент сохранности лояльности клиента

5 ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Номер и дата распорядительного документа о внесении изменений	Дата внесения изменений	Ф.И.О. лица, ответственного за изменение	Подпись	Номер и дата распорядительного документа о принятии изменений