***Рабочая программа учебной дисциплины***

**Основы маркетинга гостиничных услуг**

2021 г.

Рабочая программа учебной дисциплины ***Основы маркетинга гостиничных услуг***

подготовлена на основе Примерной программы Основы маркетинга гостиничных услуг, разработанной на основе ФГОС СПО по специальности **43.02.14 Гостиничное дело.**

**Организация - разработчик:** *ГАПОУ БТОТиС*

**Разработчик:** *Н.М. Большакова, преподаватель ГАПОУ БТОТиС*

Рабочая программа одобрена ЦК профессионального блока ГАПОУ БТОТиС протокол № 9 от «21» апреля 2021г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | стр. |
| 1. **ПАСПОРТ рабочей ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 4 |
| 1. **СТРУКТУРА и содержание УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | 7 |
| 1. **условия реализации учебной дисциплины** | 12 |
| 1. **Контроль и оценка результатов Освоения учебной дисциплины** | 16 |

1. **паспорт ПРОГРАММЫ уЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

***Основы маркетинга гостиничных услуг***

* 1. **Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины **Основы маркетинга гостиничных услуг** является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована при повышении квалификации и переподготовке работников в области гостиничного дела.

* 1. **Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

учебная дисциплина входит в общепрофессиональный цикл.

* 1. **Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь и знать**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Код**  **ПК, ОК** | **Умения** | **Знания** |
| ПК 4.1 | планировать и прогнозировать продажи. | рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;  виды каналов сбыта гостиничного продукта. |
| ПК 4.2 | осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;  выделять целевой сегмент клиентской базы;  собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;  ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;  разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;  выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;  проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж | способы управления доходами гостиницы;  особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;  особенности работы с различными категориями гостей;  методы управления продажами с учётом сегментации;  способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;  особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;  каналы и технологии продаж гостиничного продукта;  ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;  принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;  методы максимизации доходов гостиницы;  критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;  виды отчетности по продажам;  нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и 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 | 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 | 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 |

Вариативная часть программы (4 часа) используется для формирования дополнительных компетенций, умений и знаний, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с запросами регионального рынка труда, возможностями продолжения образования и требованиями, предъявляемыми к участникам международных конкурсов WorldSkillsRussia (WSR) и WorldSkillsInternational (WSI) по компетенциям специальности СПО 43.02.14 Гостиничное дело и распределена следующим образом (*утверждено решением Педсовета ГАПОУ БТОТиС, протокол №5 от 12.04.2021г*. и заседанием круглого стола с участием работодателей и с учетом их мнения):

***Вариативная часть программы направлена на самостоятельную работу обучающихся- 4 часа.***

**Самостоятельная работа №1**

*«Анализ средств размещения г. Байкальска, заполнение таблицы» - 2 часа*

**Самостоятельная работа № 2**

*«Отработка навыков ведения интервью, работа в парах» - 1 час*

**Самостоятельная работа №3**

*«Заполнение таблицы конкурентоспособности гостиничных предприятий*

*г. Байкальска» - 1 час*

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | **80** |
| в том числе: |  |
| теоретическое обучение | 48 |
| практические работы | 26 |
| контрольные работы | 2 |
| самостоятельная работа | 4 |
| Промежуточная аттестация в форме ***дифференцированного зачета*** | |

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины *Основы маркетинга гостиничных услуг***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | | **Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся** | **Объем часов** | **Осваиваемые элементы компетенций** |
| 1 | | 2 | 3 | 4 |
| **Тема 1.**  **Введение в маркетинг гостиничных услуг** | | **Содержание** | **6** |  |
| **1.** Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. | *2* | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.1  ПК 4.2  ПК 4.3 |
| **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* |
| **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. | *1* | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.2 |
| **4.** Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия. | *1* |
| **Практические работы** | **4** |  |
| **1. Практическая работа –** «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства». | *2* | ПК 4.1  ПК 4.2 |
| **2. Практическая работа –** «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»; | *2* |
| ***Самостоятельная работа №1 «Анализ средств размещения г. Байкальск, заполнение таблицы»*** | ***2*** |
| **Тема 2.**  **Рынок гостиничных услуг** | **Содержание** | | **7** |  |
| 1. **1.** Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг | | *2* | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.1  ПК 4.2 |
| **2.** Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспективы развития рынка гостиничных услуг. | | *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 11  ПК 4.2 |
| **4**. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. | | *1* | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.1  ПК 4.2 |
| **Практические работы** | | **5** |  |
| **1.** Практическая работа – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг». | | *2* | ПК 4.1  ПК 4.2 |
| **2**.Практическая работа – «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов. | | *3* |
| **Контрольная работа №1** | | ***1*** |
| **Тема 3.**  **Составляющие комплекса маркетинга** | **Содержание** | | **10** |  |
| **1.** Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р). | | *2* | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.1  ПК 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* |
| **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* |
| **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 10  ПК 4.2 |
| **5.**Продвижение как составляющее комплекса маркетинга**.** Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства. | | *2* |
| **Практические работы** | | **4** |  |
| **1. Практическая работа – «**Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления». | | *2* | ПК 4.1  ПК 4.2 |
| **2.Практическая работа – «**Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов». | | *2* | ПК 4.2 |
| **Тема 4.**  **Коммуникационная политика гостиничного предприятия** | **Содержание** | | **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 10  ПК 4.1  ПК 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 11  ПК 4.2  ПК 4.3. |
| **3.** Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. | | *2* |
| **4.** Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. | | *2* | ОК 01 - ОК 11  ПК 4.2 |
| **5** PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий**.** Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. | | *2* |
| **Практические работы** | | **6** |  |
| **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 компании гостиничного предприятия». | | *2* |
| **3. Практическая работа – «**Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.». | | *2* |
| **Контрольная работа №2** | | *1* |
| **Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований** | **Содержание** | | **10** |  |
| **1.** Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования. | | *1* | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.1  ПК 4.2 |
| |  | | --- | | **2.** Основные принципы организации маркетингового исследования (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации. | | | *1* |
| **3.**Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения | | *2* | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.2 |
| **4 .** Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. | | *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. | | *2* |
| **6.** Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг. | | *2* | ОК 01 - ОК 10  ПК 4.3  ПК 4.2 |
| **Практические работы** | | **4** |  |
| **1. Практическая работа – «**Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет». | | *2* | ПК 4.1  ПК 4.2 |
| **2. Практическая работа – «**Отработка навыков составления анкет». | | *2* |
| ***Самостоятельная работа № 2 «Отработка навыков ведения интервью, работа в парах»*** | | ***1*** |
| **Тема 6.**  **Конкурентоспособность гостиничного предприятия** | **Содержание** | | **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 10  ПК 4.2 |
| **2.** Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. | | *2* |
| **Практические работы** | | **3** |  |
| **1.** Практическая работа – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению». | | *3* | ПК 4.1  ПК 4.2  ПК 4.3. |
| ***Самостоятельная работа №3 «Заполнение таблицы конкурентоспособности***  ***гостиничных предприятий г. Байкальск»*** | | ***1*** |
| **Дифференцированный зачёт** | | | ***1*** |  |
| **Всего:** | | | | **80** |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1. Материально-техническое обеспечение**

Реализация программы дисциплины обеспечена учебным кабинетом

Основы маркетинга гостиничных услуг

Оборудование учебного кабинета:

* рабочее место преподавателя;
* рабочие места по количеству обучающихся;
* учебная доска.

Технические средства обучения:

* компьютер и мультимедийный проектор
* принтер;
* программное обеспечение общего и профессионального назначения.

1. **3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

1. Виноградова Т.В. Технологии продаж турпродукта: учебник для студентов учреждений высш. образования - М.: Издательский центр "Академия", 2015. - 240 с.
2. Гребенюк Д.Г. Технология продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие для студ. учреждений сред.проф. образования - М.: Издательский центр "Академия", 2016. - 288 с.
3. Ёхина М.А. Организация и контроль текущей деятельности работников службы приема и размещения: учебник для студентов учреждений сред.проф. образования - М.: Издательский центр "Академия", 2017. - 304 с.
4. Потапова И.И. Организация и контроль текущей деятельности работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда: учебник для студентов учреждений сред.проф. образования - М.: Издательский центр "Академия", 2017. - 320 с.
5. Полевая М.В., Третьякова А.Н Менеджмент и управление персоналом в гостиничном сервисе.- М. Издательский центр Академия, 2017
6. Гридин А.Д. Безопасность и охрана труда в сфере гостиничного обслуживания: учебник для студентов учреждений сред.проф. образования - М.: Издательский центр "Академия", 2017. - 224 с.
7. Гридин А.Д. Безопасность и охрана труда в сфере гостиничного обслуживания. Практикум : учебник для студентов учреждений сред.проф. образования - М.: Издательский центр "Академия", 2017. - 80 с.
8. Ёхина М.А. Прием, размещение и выписка гостей: М.: Издательский центр "Академия", 2016.-304 с.
9. Потапова И.И. Организация обслуживания гостей в процессе проживания: учебник-М.: Издательский центр "Академия", 2015.- 320 с.
10. Ехина М.А. Организация обслуживания в гостиницах: учебник- Издательский центр "Академия", 2015.- 240 с.
11. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг: учебник для студ. учреждений высш. образования - М.: Издательский центр "Академия", 2014.- 224 с.
12. Ёхина М.А. Бронирование гостиничных услуг: учебник - М.:Издательскийцентр"Академия",2014.-240с.
13. Мазилкина Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие- М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2014.- 208 с.
14. Крутик А.Б., Решетова М.В. Предпринимательство в сфере сервиса: учебник, - М.: Издательский центр «Академия», 2014
15. Петрова Г.В. Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности: учебник для студ. учреждений сред.проф. образования - М.: Издательский центр "Академия", 2013. - 320 с.

**Дополнительные источники:**

1. Федеральный закон РФ от 24 ноября 1996 года №132- ФЗ «Об основах туристской деятельности» (с изменениями от 05.02.2007);
2. Приказ Федерального агентства по туризму от 21.07.2005г.№86; «Система классификации гостиниц и других средств размещения».
3. «Порядок классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями», утвержденным приказом Минкультуры России от 11.07.2014 г. № 1215, зарегистрированному в Минюсте РФ 21.12.2014 г. № 35473;
4. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 г. № 1085 «Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в РФ» Вступил в силу 21.10.2015 года;
5. Христофорова И.В., Себекина Т.А., Журавлёва Т.А.Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие для студентов высшего профессионального образования - М.: Издательский центр "Академия", 2012. - 208 с.
6. Ехина М.А. Организация обслуживания в гостиницах : учеб.пособие для студ. Учреждений сред. проф. образования – М.: Издательский центр "Академия", 2012.-208 с.
7. Косолапов А.Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничногохозяйства: учебное пособие - М.: КНОРУС, 2011.
8. Гридин А.Д. Безопасность и охрана труда в сфере гостиничного обслуживания: - М.:Издательский центр "Академия", 2011.- 224 с.
9. Кусков А.С. Гостиничное дело: учебное пособие – 2 – е изд., испр. – М.: Издательско -торговая корпорация «Дашков и К°», 2010.-328 с.
10. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учебное пособие – М.: Альфа – М: ИНФРА – М, 2009.-304 с.
11. Тимохина Т.Л. Организация административно-хозяйственной службы гостиницы: учебное пособие.- М.: ИД «Форум»: ИНФА-М, 2008.
12. Тимохина Т.Л. Организация обслуживания и приёма туристов: учебное пособие. - М.:ИД «Форум»: ИНФА-М, 2009.
13. Брашнов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм: учебное пособие – Альфа-М: ИНФРА-М,2012;
14. Романович Ж.А., Калачёв С.Л. Сервисная деятельность: учебник - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К◦», 2008;
15. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: Учебное пособие. - М.: «Финансы и статистика», 2005;

**Интернет-ресурсы:**

1. Журнал Академия Гостеприимства: [Электронный ресурс], форма доступа: <http://hotel-rest.biz>.
2. Журнал «Гостиничное дело: [Электронный ресурс], форма доступа: <http://panor.ru/magazines/gostinichnoe-delo.html>.
3. Искусство гостеприимства. Гостиничный бизнес. Журнал Современный отель-[Электронный ресурс], форма доступа:<http://www.hotelexecutive.ru>.
4. Журнал для отельеров. Новости гостиничного бизнеса и все про отели-[Электронный ресурс], форма доступа:<http://hotelier.pro>.
5. Портал о гостиничном бизнесе. Гостиничный бизнес в России - [Электронный ресурс], форма доступа: <http://prohotel.ru>.
6. Цены, бронирование, схемы расположения гостиниц - [Электронный ресурс], форма доступа:[booking.com/Гостиницы](http://yabs.yandex.ru/count/HGE3SndtqYq40000ZhlE_dq5KfK1cm9kGxS198Y_RKTH18cJC0IOM9wk8o82dQJVE06cH8guet-k1jom_Dny2BsyKi3e1QfHfQsTJWcyflCr0uq1tG7Ua2JqaRNt5HiBb_1Nny4n0K6x3u-bGpcOdxuHIam6ap-P1KACeEK60hQGghIraAgqeAuy8WwleEK60hEWnEi4j92gjDckF28Esg34wmIKcnuEfv6E2wYmG5bp1wJ00000k0skzCR0txQ4-iW4iG6oe1000hcatpW1k_c86B--sot20S7__________m_2zGag8Ifj_Rq3nOyFp8CBqW7J__________yFxW7R_jIaB0aX4UG5tp_jWZry8000), свободная.
7. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса -[Электронный ресурс], форма доступа: www.frontdesk.ru.
8. "Эффективный менеджер гостиницы"- [Электронный ресурс], форма доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=JBXbQXrobqg>.
9. Учебный фильм для проф. колледжей "Гостиничное дело-[Электронный ресурс], форма доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=c4KClgQYwLU>.
10. Презентация - Менеджмент гостиничного предприятия. Технологический цикл обслуживания гостей - [Электронный ресурс], форма доступа: <http://www.myshared.ru/slide/769894>.
11. Разработка мероприятий по организации обслуживания гостей в бизнес-гостинице- [Электронный ресурс], форма доступа: <http://otherreferats.allbest.ru/sport/00151356_0.html>, свободная.
12. Организация обслуживания номерного фонда - [Электронный ресурс], формадоступа:<http://www.referatweb.ru/content/referat/tourism/tourism44.php> , свободная.
13. http: // tourlib.net/books\_tourism/zorin09.htm – Гостиничный комплекс и его структура.
14. http: // www.prohotel.ru. – Должностная инструкция управляющего гостиницей (отелем).
15. http: // www.socmart.com.ua. – Классификация гостиниц и особенности предоставления гостиничных услуг.
16. http: // www.turnovosti.com.ua. – Колмовская, Н. Подводные камни отельного бизнеса.
17. http: // www.wise-travel.ru / news. – Новости туризма.
18. http: // www.news.turizm.ru/ russia. – Рейтинг туристической привлекательности стран мира.
19. http://www.fms.gov.ru/ - официальный сайт Федеральной миграционной службы
20. http://www.garant.ru/ - информационно-правовой портал «Гарант»
21. http://www.consultant.ru/ - компания «КонсультантПлюс», тематический классификатор «Основы государственного управления», «Международные отношения. Международное право»
22. http://media.prohotel.ru/novosti/32.html Официальный сайт журнала PROОтель для PROфессионалов гостиничного дела.
23. http://all-hotels.ruВсе отели России (характеристика рынка гостиничных услуг России);
24. http://www.pir.ru/vestnik/261.html#1 Вестник ПИР – вестник индустрии гостеприимства
25. http://www.russiatourism.ru- Федеральное Агентство по туризму РФ
26. http://www.prohotel.ru/- Портал про гостиничный бизнес
27. http://www.panor.ru/journals/gosdel/- Гостиничное дело
28. www.hotelconsulting.ru. Официальный сайт компании консалтинговых услуг **HotelConsulting and DevelopmentGroup**
29. 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>]
30. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
31. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
32. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
33. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
34. <http://www.aup.ru/library/> - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.
35. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
36. <http://www.marketingandresearch.ru/> -журнал
37. <http://www.frio.ru> Федерация Рестораторов и Отельеров России.
38. <http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx>
39. <http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html> (электронные учебники).
40. <http://studentam.net/content/view/515/58/> (электронные учебники).
41. [www.hospitality.ru](http://www.hospitality.ru)
42. <http://piterpress.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie_menegement.html>
43. [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru) (сайт гильдии маркетологов).
44. [www.btlregion.ru](http://www.btlregion.ru) (всё о BTL).
45. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).
46. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) (Гос. служба статистики).

**4. Контроль и оценка результатов освоения Дисциплины**

* 1. **Контрольи оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты обучения** | **Критерии оценки** | **Методы оценки** |
| |  | | --- | | **Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:** | |  |  |
| Знание особенностей маркетинга в гостиничной деятельности, его цели и методологию. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять объекты маркетинговой деятельности. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом, понятие «гостиничный продукт», его специфические черты | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Описывать факторы, формирующие окружающую среду предприятия. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Знать рыночные стратегии маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Знать основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности развития рынка гостиничных услуг. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Указывать особенности сегментации рынка гостиничных услуг и стратегии охвата целевого рынка. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Знать и перечислять составляющие комплекса маркетинга, его базовые элементы Характерные особенности и принципы формирования комплексного гостиничного продукта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Оценивать каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Определять основные направления продвижения гостиничного продукта: реклама, «PR», персональные продажи и средства стимулирования сбыта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Называть специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта, определять виды стимулирования сбыта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять составляющие элементы фирменного стиля гостиничного предприятия и пути формирования. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по теме |
| Описывать методологию маркетинговых исследований, цели, задачи, объекты и этапы исследований. Определять виды, источники сбора информации. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Определять методы изучения и анализа предпочтений потребителей гостиничных услуг, специфику проведения опросов и составления анкет. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки. Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. | Ответы на вопросы на знание и понимание  75% правильных ответов | Устный опрос  Тестирование по те |
| **Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины** |  |  |
| Анализировать состояние спроса потребителей на услуги гостеприимства | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Представить зависимость объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды; | Оценка результатов | Оценка процесса  выполнения практической работы |
| Определить целевой сегмент потребителей гостиничных услуг. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Решить ситуационные задания на определение использования рыночных концепций маркетинга. | Оценка результатов | Оценка результатов выполнения практической работы |
| Определить рыночный жизненный цикл гостиничного продукта и способы его продления. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Разработать практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов. | Оценка результатов | Оценка результатов  выполнения практической работы |
| Разработать рекламное обращение гостиничного предприятия для различных целевых сегментов. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Сформировать рекламные материалы (брошюру, каталог, буклет и т.д.). | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Разработать программу рекламной компании гостиничного предприятия. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Решать проблему выбора средств распространения рекламы и оценка ее эффективности». | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Использовать методы поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет». | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |
| Анализировать рынок гостиничных услуг, для определения инструментов маркетинга, применяемых в гостиничном предприятии. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка процесса |
| Демонстрировать навыки составления анкет. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения  Оценка результатов |
| Демонстрировать навыки оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению. | Оценка результатов | Экспертная оценка умения |