

УТВЕРЖДАЮ

Директор

\_\_\_\_\_ С.Г. Страданченко

10.06 2021 г.

## Основы маркетинга гостиничных услуг

### рабочая программа дисциплины

Закреплена за	<b>Колледж экономики и сервиса</b>
Учебный план	43.02.14-2021-1-КГД9.plx специальность 43.02.14 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО
Квалификация	<b>Специалист по гостеприимству</b>
Часов по учебному плану	92
в том числе:	
контактная работа	80
самостоятельная работа	4
часов на контроль	6
консультации	2

Виды контроля в семестрах:  
экзамен 3

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	46	46	46	46
Практические	34	34	34	34
Консультации	2	2	2	2
Итого ауд.	80	80	80	80
Контактная работа	82	82	82	82
Сам. работа	4	4	4	4
Часы на контроль	6	6	6	6
Итого	92	92	92	92

Программу составил(и):

преподаватель, И.Д. Приколотина \_\_\_\_\_

Рецензент(ы):

преподаватель высшей квалификационной категории КЭС А.Ю. Коротенко \_\_\_\_\_  
руководитель офиса филиала ООО "Капитал МС", Ю.А. Белая \_\_\_\_\_

Рабочая программа дисциплины

**Основы маркетинга гостиничных услуг**

разработана в соответствии с ФГОС СПО:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО (приказ Минобрнауки России от 09.12.2016 г. № 1552)

составлена на основании учебного плана:

специальность 43.02.14 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

утвержденного Учёным советом ИСОиП (филиала)ДГТУ в г. Шахты от 10.06.2021 г. протокол № 9

Рабочая программа одобрена на заседании педагогического совета  
Колледжа экономики и сервиса

Протокол от 25.05 2021г. № 9

Срок действия программы: 2021-2025 уч.г.

Директор КЭС Зибров В.А. \_\_\_\_\_

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1	Выявлять спрос на гостиничные услуги;
1.2	Формировать спрос и стимулировать сбыт;
1.3	оценивать конкурентноспособность оказываемых гостиничных услуг;
1.4	принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	ОП
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности / Адаптивная информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности
2.1.2	Менеджмент и управление персоналом в гостиничном деле
2.1.3	Психология общения
2.1.4	Русский язык и культура речи
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности / Адаптивная информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности
2.2.2	Менеджмент и управление персоналом в гостиничном деле
2.2.3	Психология общения
2.2.4	Русский язык и культура речи
2.2.5	Культурология
2.2.6	Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности
2.2.7	Реклама в гостиничном сервисе

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ПК 4.3.: Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.**

**ПК 4.2.: Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.**

**ПК 4.1.: Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.**

**ОК 11.: Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.**

**ОК 10.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.**

**ОК 09.: Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.**

**ОК 05.: Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.**

**ОК 04.: Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.**

**ОК 03.: Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.**

**ОК 02.: Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.**

**ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.**

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	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. (ОК 01)

3.1.2	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 01)
3.1.3	номенклатуру информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации (ОК 02).
3.1.4	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования (ОК 03).
3.1.5	психологию коллектива; психологию личности (ОК 04);
3.1.6	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов (ОК 04);
3.1.7	современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности (ОК 09).
3.1.8	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 (ОК 10)
3.1.9	основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты (ОК 11)
3.1.10	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; способы управления доходами гостиницы (ПК 4.1);
3.1.11	способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей (ПК 4.2);
3.1.12	методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ (ПК 4.2);
3.1.13	особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта (ПК 4.2);
3.1.14	ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов (ПК 4.2) гостиницы;
3.1.15	критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам (ПК 4.2);
3.1.16	виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж (ПК 4.2);
3.1.17	перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию (ПК 4.2);
3.1.18	методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта (ПК 4.2)
3.1.19	критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам (ПК 4.3).
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.2	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка (ПК 4.2);
3.2.3	ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля (ПК 4.2);
3.2.4	разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению (ПК 4.2);
3.2.5	проводить обучение персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж (ПК 4.2).
3.2.6	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 (ПК 4.3).
3.2.7	владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) (ОК 01).
3.2.8	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 (ОК 02).
3.2.9	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития (ОК 03)
3.2.10	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами (ОК 04)
3.2.11	излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы (ОК 05).
3.2.12	применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение (ОК 09)

3.2.13	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 (ОК 10)
3.2.14	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования (ОК 11)

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Актив и Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Маркетинг и маркетинговые стратегии</b>						
1.1	Гостиничное предприятие с точки зрения маркетинга /Лек/	3	2	ОК 01. ОК 03. ОК 05. ПК 4.1.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
1.2	Особенности управления маркетингом в отеле /Лек/	3	2	ОК 02. ОК 04. ОК 09. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
1.3	Маркетинговая среда функционирования гостиничного предприятия /Лек/	3	2			0	
1.4	Планирование маркетинговых услуг отелей /Лек/	3	2	ОК 05. ОК 10. ОК 11. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
1.5	Планирование маркетинговых услуг отелей /Инд кон/	3	2	ОК 05. ОК 10. ОК 11. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2	0	
1.6	Планирование маркетинговых услуг отелей /Пр/	3	2	ОК 05. ОК 10. ОК 11. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2	1	Работа в малых группах
1.7	Рынок гостиничных услуг /Лек/	3	2	ОК 09. ОК 10. ОК 11. ПК 4.3.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
1.8	Позиционирование гостиничных услуг /Лек/	3	2	ОК 09. ОК 11. ПК 4.1.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
1.9	Позиционирование гостиничных услуг /Пр/	3	2	ОК 09. ОК 11. ПК 4.1.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	1	Работа в малых группах
1.10	Конкурентная среда /Лек/	3	2	ОК 03. ОК 04. ОК 10. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
1.11	Сегментация спроса на гостиничные услуги /Лек/	3	2	ОК 02. ОК 04. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
1.12	Сегментация спроса на гостиничные услуги /Пр/	3	2	ОК 02. ОК 04. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л3	1	Работа в малых группах
1.13	Выбор целевых сегментов для гостиницы /Пр/	3	4	ОК 05. ОК 09. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	

	<b>Раздел 2. Продвижение гостиничного продукта на рынке гостиничных услуг</b>						
2.1	Место продвижения в маркетинговой стратегии гостиничного предприятия /Лек/	3	2	ОК 04. ОК 05. ОК 11. ПК 4.1.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.2	Формирование и продвижение гостиничного продукта /Лек/	3	2			0	
2.3	Место продвижения в маркетинговой стратегии гостиничного предприятия /Пр/	3	2	ОК 04. ОК 05. ПК 4.1.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л3	0	
2.4	Основные каналы продвижения гостиничных услуг /Лек/	3	2	ОК 04. ОК 05. ПК 4.1.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.5	Основные каналы продвижения гостиничных услуг /Пр/	3	2	ОК 04. ОК 05. ПК 4.1.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л3	0	
2.6	Реклама. Виды, свойства, цели рекламы /Лек/	3	4	ОК 02. ОК 04. ОК 09. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.7	Организация рекламной работы гостиничного предприятия /Лек/	3	4	ОК 04. ОК 09. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.8	Этапы рекламной деятельности гостиничного предприятия /Лек/	3	2	ОК 09. ОК 10. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.9	Этапы рекламной деятельности гостиничного предприятия /Пр/	3	2	ОК 09. ОК 10. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	1	Работа в малых группах
2.10	Внутренняя реклама и ее средства /Лек/	3	2	ОК 09. ОК 10. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.11	Средства внутренней рекламы /Пр/	3	2	ОК 10. ОК 11. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2	0	
2.12	Внешняя реклама и ее средства /Лек/	3	2	ОК 10. ОК 11. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2	0	
2.13	Средства внешней рекламы /Пр/	3	2	ОК 10. ОК 11. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.14	Сущность имидж-рекламы /Лек/	3	2	ОК 09. ОК 10. ОК 11. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.15	Разработка имидж-рекламы /Пр/	3	2	ОК 09. ОК 10. ОК 11. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.16	Разработка рекламного объявления /Пр/	3	2	ОК 09. ОК 10. ОК 11. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
2.17	Формирование сбытовой политики предприятия /Ср/	3	4			0	
	<b>Раздел 3. Организация маркетинговых исследований в отеле</b>						
3.1	Этапы и источники маркетинговых исследований /Лек/	3	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
3.2	Сбор информации и создание маркетинговой информационной системы /Лек/	3	2	ОК 04. ОК 05. ОК 11. ПК 4.1.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
3.3	Методы сбора маркетинговой информации. Опрос /Пр/	3	2	ОК 02. ОК 03. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	

3.4	Интервью /Пр/	3	2	ОК 02. ОК 03. ПК 4.1. ПК 4.2.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
3.5	Имитационное моделирование /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ПК 4.1. ПК 4.3.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
3.6	Анкетирование. Составление анкет /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
3.7	Методики исследования рынка гостиничных услуг Контрольно-обобщающее занятие /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 02. ОК 05. ОК 11. ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3.	Л2.1 Л2.2 Л1 Л2 Л3	0	
3.8	Организация и контроль маркетинга гостиничного предприятия /Лек/	3	2			0	
<b>5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</b>							
<b>5.1. Контрольные вопросы и задания</b>							
Содержатся в фонде оценочных средств.							
<b>5.2. Темы письменных работ</b>							
Содержатся в фонде оценочных средств							
<b>5.3. Перечень видов оценочных средств</b>							
Указан в фонде оценочных средств							
<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>							
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>							
<b>6.1.1. Основная литература</b>							
	<b>Авторы, составители</b>	<b>Заглавие</b>			<b>Издательство, год</b>	<b>Кол-во</b>	
Л1.1	В.П. Федько	Маркетинг : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федько.			ИНФРА-М : Академ-центр, 2017	5	
Л1.2	Реброва Н. П.	Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва.			М. : Издательство Юрайт, 2017.	ЭБС	
Л1.3	Абабков Юрий Николаевич, Абабкова Марианна Юрьевна, Филиппова Инга Георгиевна, Богданов Евгений Иванович	Маркетинг в туризме Вид издания: Учебник Уровень образования: Среднее профессиональное образование			Инфра-М, 2018	ЭБС	
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>							
	<b>Авторы, составители</b>	<b>Заглавие</b>			<b>Издательство, год</b>		
Л2.1	Христофоров, А. В., Христофорова, И. В.	Маркетинговые коммуникации в сфере услуг. Специфика применения и инновационные подходы: моногр.			М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017	ЭБС	
<b>6.1.3. Методические разработки</b>							
Л3.1	сост. И. Д. Приколотина, преп. первой категории КЭС ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты	Маркетинг: методические указания по выполнению практических работ для подготовки обучающихся специальностей: 38.02.02 "Страховое дело (по отраслям)", 38.02.01 "Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)" очной формы обучения			Шахты: ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты, 2019	ЭБС	
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>							
6.2.1	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub</a>						
6.2.2	ЭБС издательства «Лань» - <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>						
6.2.3	ЭБС IPRbooks - <a href="https://www.iprbookshop.ru/">https://www.iprbookshop.ru/</a>						
6.2.4	ЭБС «Znaniium.com» - <a href="https://znaniium.com/">https://znaniium.com/</a>						
6.2.5	ЭБС Юрайт - <a href="https://urait.ru/">https://urait.ru/</a>						

6.2.6	База электронных учебно-методических материалов ИСОиП - <a href="https://libdb.sssu.ru/">https://libdb.sssu.ru/</a>
<b>6.3 Перечень информационных технологий</b>	
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>	
6.3.1.1	Trend Micro Office Scan Enterprise Security (лицензионное ПО);
6.3.1.2	Microsoft Office (лицензионное ПО);
6.3.1.3	Microsoft Windows (лицензионное ПО);
6.3.1.4	Браузер Google Chrome; (свободно распространяемое ПО);
6.3.1.5	Adobe Acrobat Reader. (свободно распространяемое ПО);
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>	
6.3.2.1	Справочная правовая система «Консультант Плюс»;
6.3.2.2	Информационно - правовая система «Законодательство России»;
6.3.2.3	Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека».
<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
7.1	Учебная аудитория для проведения теоретических и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Кабинет «Основы маркетинга». Столы ученические, стулья ученические, доска классная меловая, встроенный шкаф, раздаточный и презентационный материал. Переносное мультимедийное оборудование (проектор, экран проекционный, системный блок), рабочее место преподавателя с персональным компьютером.
7.2	Помещение для самостоятельной работы. Кабинет для самостоятельной работы обучающихся. Столы ученические, стулья ученические, компьютерные столы, доска классная, полка книжная, тумба. Персональные компьютеры, подключенные к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечивающие доступ в электронную информационно-образовательную среду ИСОиП (филиала) ДГТУ в г. Шахты.
7.3	Помещение для самостоятельной работы. Библиотека. Персональный компьютер, подключенный к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и информационной системе ИСОиП (филиала) ДГТУ в г. Шахты.
7.4	Помещение для самостоятельной работы. Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет. Персональные компьютеры, подключенные к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и обеспечивающие доступ в электронную информационно-образовательную среду ИСОиП (филиала) ДГТУ в г. Шахты.
<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
Прилагаются	