



УТВЕРЖДЕНО:
Педагогическим советом
Колледжа
Протокол №5 от «28» января
2022 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг

**основной профессиональной образовательной программы среднего
профессионального образования – программы подготовки
специалистов среднего звена**

по специальности: 43.02.14 Гостиничное дело

Квалификация: специалист по гостеприимству

год начала подготовки: 2022

Разработчики:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Преподаватель</i>	<i>Старикова Е.В.</i>

**Методические указания согласованы и одобрены руководителем
ППССЗ:**

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Руководитель ОПОП 43.02.14.Гостиничное дело</i>	<i>Варламова А.В.</i>



1. Практические занятия

Практические формы занятий – это такие формы организации учебного процесса, которые способствуют разнообразному (индивидуальному, групповому, коллективному) изучению поставленных вопросов и проблем, активному взаимодействию обучаемых и преподавателя, живому обмену мнениями между ними, нацеленному на выработку правильного понимания содержания изучаемой темы.

Проведение практических занятий позволяет реализовать следующие дидактические цели и задачи:

- 1) оптимально сочетать лекционные занятия с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов, их теоретическую подготовку с практической;
- 2) развивать умения, навыки умственной работы, творческого мышления, умения использовать теоретические знания для решения практических задач;
- 3) формировать умение использовать справочную, правовую, нормативную документацию и специальную литературу;
- 4) формировать у студентов интерес исследовательской деятельности;
- 5) осуществлять диагностику и контроль знаний студентов по отдельным разделам и темам программы.

Практические занятия должны отвечать общедидактическим требованиям:

- научность;
- доступность;
- единство формы и содержания;
- обеспечение обратной связи;
- проблемность;
- учет особенностей студенческой группы и их профессиональной направленности;
- сочетание с лекционными занятиями и самостоятельной работой студентов.

Тематика и содержание практических занятий

Практические занятия.

Тема 1.1. Введение в маркетинг гостиничных услуг.



Содержание: Выполнение практических работ – «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства г.Москвы». «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»

Практические занятия.

Тема 2. Рынок гостиничных услуг.

Содержание: Выполнение практических работ – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг», «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.

Практические занятия.

Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга

Содержание: Выполнение практических работ – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления», «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».

Практические занятия.

Тема 4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия

Содержание: Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки для виртуальной гостинице.

Формирование рекламных материалов: брошюр, каталогов, буклетов для виртуальной гостинице. Выполнение практической работы – «Овладение



методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».

Практические занятия.

Тема 5. Методологические основы маркетинговых исследований.

Содержание: Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет. Сравнительный анализ сайтов гостиниц 4* и 5*. Презентация данных полученных в ходе анкетирования среди сотрудников или гостей гостиницы.

Практические занятия.

Тема 6. Конкурентоспособность гостиничного предприятия

Содержание: Практическая работа – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».

Тематика и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся подразумевает получение и закрепление программы по пройденным темам самостоятельно. При выполнении самостоятельной работы студентам следует воспользоваться основной и дополнительной литературой и осуществить поиск информации в сети интернет.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний и умений, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Самостоятельная работа строится из следующих видов работы:

- изучение студентами теоретического материала, подготовка к лекциям;
- изучение студентами теоретического материала по материалам курса для работы на практических занятиях;



- подбор и изучение литературы в ЭБС для выполнения индивидуального задания по составлению реферата;
- выполнение домашних заданий по теме практического занятия для текущего контроля;
- составление конспекта.

Тематика и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа по ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг

Тема 5. Методологические основы маркетинговых исследований.

Содержание: Разработка анкеты и проведение опроса среди гостей и/или сотрудников гостиницы. Обработка полученных данных. Разработка практических рекомендаций по совершенствованию (не менее 5).

Тема 1-6 .

Содержание: Составление словаря терминов

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной и основной литературы

Основные источники:

1. Основы маркетинга сферы услуг : учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2021. Режим доступа <https://book.ru/book/938869>
2. Мазилкина, Е. И. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие / Е.И. Мазилкина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 207 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014060-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1838392>
3. Организация гостиничного дела : учеб. пособие / С.А. Быстров. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. Режим доступа <http://znanium.com/catalog/product/961520>

Дополнительные источники:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

Лист 6

К^о», 2020. — 433 с. - ISBN 978-5-394-03753-5. - Текст : электронный. - URL:
<https://znanium.com/catalog/product/1091105>

Электронные издания (электронные ресурсы):

1. http://hotel.web-3.ru/intarticles/?act=full&id_article=7830
2. <http://h-code.ru/2009/11/mobile-marketing-in-hotel-business/>
3. <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/249/>
4. <http://prohotel.ru/>