



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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
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>

**Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ППСЗ:**

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



## *СОДЕРЖАНИЕ*

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



## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы маркетинга гостиничных услуг»

### 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «**Основы маркетинга гостиничных услуг**» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.14. *Гостиничное дело*.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 1- ОК 5, ОК 9 - ОК 11, ПК 4.1.- ПК 4.3.

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

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК, ЛР	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 1.	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 смежных областях; методы работы в профессиональной смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 2.	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 3.	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 4.	Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	Психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности
ОК 5.	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений..
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
ЛР 14		
ЛР 15		



ЛР 16		
ЛР 17		
ЛР 18		
ЛР 19		
ЛР 20		
ЛР 21		

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	92
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>	-
в т. ч.:	
теоретическое обучение	30
лабораторные работы <i>(если предусмотрено)</i>	-
практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	32
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено для специальностей)</i>	-
контрольная работа <i>(если предусмотрено)</i>	-
<i>Самостоятельная работа</i>	10
<i>Консультация</i>	2
<i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>	18



## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, лабораторные занятия, семинары, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	
1	2	3	
<b>Тема 1</b> <b>Введение в маркетинг гостиничных услуг.</b>	<b>Содержание учебного материала лекций</b>	<b>6</b>	
	<b>1.</b> Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b> <b>ПК 4.3</b>
	<b>2</b> 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.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b> <b>ПК 4.3</b>
	<b>3.</b> 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.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.2</b>
	<b>4.</b> Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.2</b>	
<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	



	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»		<b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
<b>Тема 2</b> <b>Рынок гостиничных услуг.</b>	<b>Содержание учебного материала лекций</b>	<b>6</b>	
	<b>1.</b> 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.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>2.</b> Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>3.</b> Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.2</b>
	<b>4.</b> Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>Практические занятия</b>		
Выполнение практических работ – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг», «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.	<b>4</b>	<b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>	
<b>Тема 3. Составляющие</b>	<b>Содержание учебного материала лекций</b>	<b>4</b>	





<b>комплекса маркетинга.</b>	<b>1.</b> Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>2.</b> 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.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>3.</b> 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.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>4.</b> Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.2</b>
	<b>5.</b> Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.2</b>
	<b>Практические занятия</b>		
	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».	4	<b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
<b>Тема 4</b>	<b>Содержание учебного материала лекций</b>	<b>6</b>	



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

СМК  
РГУТИС

Лист 10

<b>Коммуникационная политика гостиничного предприятия</b>	<b>1.</b> 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).		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>2.</b> 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.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.2</b> <b>ПК 4.3.</b>
	<b>3.</b> Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.2</b> <b>ПК 4.3</b>
	<b>4.</b> Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.2</b>
	<b>5</b> PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 <b>ПК 4.2</b>
	<b>Практические занятия</b>		
Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки для виртуальной гостиницы. Формирование рекламных материалов: брошюр, каталогов, буклетов для виртуальной гостиницы.	<b>10</b>	<b>ПК 4.2</b>	



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

СМК  
РГУТИС

Лист 11

	Выполнение практической работы – «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».		
<b>Тема 5</b> <b>Методологические основы маркетинговых исследований.</b>	<b>Содержание учебного материала лекций</b>	<b>6</b>	
	<b>1.</b> Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>2.</b> Основные принципы организации маркетингового исследования (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>3.</b> 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		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.2</b>
	<b>4 .</b> Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.2</b>
	<b>5.</b> 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.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.2</b>
	<b>6.</b> Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 <b>ПК 4.2</b>



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

СМК  
РГУТИС

Лист 12

			<b>ПК 4.3.</b>
	<b>Практические занятия</b>		
	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.	<b>6</b>	<b>ПК 4.1</b> <b>ПК 4.2</b>
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		
	Разработка анкеты и проведение опроса среди гостей и/или сотрудников гостиницы. Обработка полученных данных. Разработка практических рекомендаций по совершенствованию (не менее 5).	6	ПК 4.1 ПК 4.2
<b>Тема 6</b> <b>Конкурентоспособность</b> <b>гостиничного</b> <b>предприятия</b>	<b>Содержание учебного материала лекций</b>		
	<b>1.</b> 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 5, ОК9- ОК10 ПК 4.2
	<b>2.</b> Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.		ОК 01 - ОК 5, ОК9- ОК10 ПК 4.2
	<b>Практические занятия</b>		
	<b>1. Практическая работа</b> – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».	4	ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3.
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>			
Составление словаря терминов.	4		
<b>Консультации</b>		<b>2</b>	



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

СМК  
РГУТИС

Лист 13

	<b>часа</b>	
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>18</b>	
	<b>часов</b>	
<b>Всего:</b>	<b>92</b>	
	<b>часа</b>	



### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета основ маркетинга.

Оборудование учебного кабинета: специализированная учебная мебель.  
ТСО: Переносное видеопроjectionное оборудование.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной 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 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 К°», 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](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/>

### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения *практических занятий и*



лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<p>Освоение содержания учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» обеспечивает достижение студентами следующих <b>умений</b></p> <p>планировать и прогнозировать продажи 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 оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;</p> <p>разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.</p> <p>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;</p>	<p><b>Текущий контроль:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– домашние задания проблемного характера;</li><li>– практические задания/работы</li><li>– работа в малых группах, выполнение заданий проектного характера;</li><li>- тестовые задания</li></ul> <p><b>Промежуточная аттестация:</b></p> <p>Экзамен</p>



оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)  
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.  
Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития  
Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе  
применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение  
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





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:**

рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта  
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  
критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам



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 смежных областях; методы работы в профессиональной смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач

профессиональной деятельности

Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.

Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования

Психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности

особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений

современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.

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  
основы предпринимательской



деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов	
ЛР 14. Демонстрирует профессиональные навыки в сфере <i>гостиничного дела</i> с учетом специфики субъекта Российской Федерации	
ЛР 15. Выполняющий трудовые функции в сфере <i>гостиничного дела</i>	
ЛР 16. Способный анализировать производственные ситуации, быстро принимающий решение в нестандартных ситуациях	
ЛР 17. Проявляющий интерес и стремление к процессу обучения, непрерывному образованию, владеющий инновационными методами	
ЛР 18. Проявляющий качества социально зрелой личности, обладающей четкой социальной позицией и умеющей эффективно применять навыки бесконфликтного общения в профессиональной деятельности	
ЛР 19. Демонстрирующий профессиональные навыки в сфере <i>гостиничного дела</i>	
ЛР. 20. Демонстрирующий нравственные принципы личности и способного выполнять функции гражданина, работника и семьянина.	
ЛР 21. Демонстрирующий осознание роли профессионала сферы гостеприимства, чувства ответственности перед выбранной специальностью, высокий уровень адаптации и социализации в современных условиях	