



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
РЕСПУБЛИКИ КОМИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СЫКТЫВКАРСКИЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ имени И.А. КУРАТОВА»

Копия верна

«УЧЕБНО-ПРОГРАММНЫЕ ИЗДАНИЯ»

НАИМЕНОВАНИЕ УЧЕБНОГО ЦИКЛА
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ

ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА
ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Для студентов, обучающихся по специальности

43.02.14 Гостиничное дело
(углубленная подготовка)

Сыктывкар, 2021

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.2 Основы маркетинга гостиничных услуг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования

код	наименование специальности/профессии
43.02.14	Гостиничное дело

(программа подготовки специалистов среднего звена углубленной подготовки/ программы подготовки квалифицированных рабочих и служащих)

Разработчики

	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень (звание) [квалификационная категория]	Должность
1	Маджарова Светлана Анатольевна	соответствие	Преподаватель, методист
2	Носова Анна Викторовна	высшая	преподаватель

10
[число]

мая
[месяц]

2021
[год]

Рекомендована

ПЦК преподавателей физической культуры и спортивных дисциплин

Протокол № 8 от «25» мая 2021 г.

Председатель ПЦК

Вахнина Н.Н.

Рассмотрена

научно-методическим советом ГПОУ

«Сыктывкарский гуманитарно-педагогический колледж имени И.А. Куратова»

Протокол № 6 от «09» июня 2021 г.

Председатель совета

М.П. Герасимова

Содержание программы учебной дисциплины

1.	Паспорт рабочей программы учебной дисциплины	4
2.	Структура и содержание учебной дисциплины	7
3.	Условия реализации учебной дисциплины	12
4.	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	14

1. ПАСПОРТ

рабочей программы учебной дисциплины

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

1.1. Область применения рабочей программы учебной дисциплины

Рабочая программа учебной дисциплины является частью ППССЗ/ППКРС в соответствии с ФГОС СПО

по специальности
[код] [наименование специальности полностью]
укрупненной группы специальностей

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована

только в рамках реализации специальности
[код] [наименование специальности полностью]
в дополнительном профессиональном образовании при реализации программ повышения квалификации и переподготовки

[указать направленность программ повышения квалификации и переподготовки]
в рамках специальности СПО
[код] [наименование специальности полностью]

1.2 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Данная учебная дисциплина входит:

в обязательную часть циклов ППССЗ/ППКРС

в вариативную часть циклов ППССЗ/ППКРС

[наименование цикла в соответствии с ФГОС]

Изучение дисциплины предшествует освоению профессиональных модулей

ПМ.1	Организация и контроль деятельности сотрудников службы приема и размещения
ПМ.2	Организация и контроль деятельности сотрудников службы питания
ПМ.3	Организация и контроль деятельности службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда
ПМ.4	Организация и контроль деятельности сотрудников службы бронирования и продаж
ПМ.5	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (горничная, портье)

[наименование профессионального модуля в соответствии с ФГОС]

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

1. планировать и прогнозировать продажи.
2. осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;
3. выделять целевой сегмент клиентской базы;
4. собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
5. ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
6. разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;

7.	выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать
8.	мероприятия по ее повышению;
9.	проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам
10.	эффективных продаж.
11.	оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;
12.	определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного
13.	продукта;
14.	разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта
15.	гостиничного продукта.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

1.	виды каналов сбыта гостиничного продукта.
2.	способы управления доходами гостиницы;
3.	особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;
4.	
5.	особенности работы с различными категориями гостей;
6.	методы управления продажами с учётом сегментации;
7.	способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;
8.	особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
9.	каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
10.	ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного
11.	предприятия;
12.	принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;
13.	методы максимизации доходов гостиницы;
14.	критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
15.	виды отчетности по продажам;
16.	нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п
17.	документооборот службы бронирования и продаж;
18.	перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж,
19.	требования к их формированию;
20.	методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного
21.	продукта.
22.	критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы
23.	бронирования и продаж;
24.	виды отчетности по продажам.

[Указываются требования к умениям, знаниям, практическому опыту в соответствии с перечисленными в Разделе VI (Таблица 2 Структура ППССЗ/ППКРС СПО) ФГОСов по специальностям]

В результате изучения дисциплины

Основы маркетинга гостиничных услуг

[наименование учебной дисциплины в соответствии с ФГОС]

обучающийся должен освоить общие (ОК) и профессиональные (ПК) компетенции.

Код	Наименование результата обучения
	Общие компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности,

	применительно к различным контекстам
ОК 02	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 04	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.
ОК 11	Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере
Профессиональные компетенции	
ПК 4.1.	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале
ПК 4.2.	Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы
ПК 4.3.	Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы учебной дисциплины:

всего часов

76

 в том числе
 максимальной учебной нагрузки обучающегося

76

 часов, в том числе
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося

72

 часов,
 самостоятельной работы обучающегося

4

 часов;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

№	Вид учебной работы	Объем часов
1	Максимальная учебная нагрузка (всего)	76
2	Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	72
в том числе:		
2.1	лекции	36
2.2	семинарские и практические работы	36
3	Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
	Итоговая аттестация в форме экзамена	4 семестр
	Итого	76

2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины

ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг

Номер разделов и тем	Наименование разделов и тем Содержание учебного материала; лабораторные и практические занятия; самостоятельная работа обучающихся (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Формируемые компетенции (ОК, ПК)
1	2	3	4	
Тема 1.1.	Введение в маркетинг гостиничных услуг			ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
Лекции		6		
Содержание учебного материала [указывается перечень дидактических единиц]				
1	Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга		1	
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.		1	
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	
4	Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия		1	
Семинарские и практические работы	Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды	6		
Тема 1.2.	Рынок гостиничных услуг.			ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2
Лекции		6		
Содержание учебного материала [указывается перечень дидактических единиц]				
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	Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспективы развития рынка гостиничных услуг.		1	
3	Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.		1	
4	Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.		1	
Семинарские и практические работы	Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.	6		
Тема 1.3.	Методологические основы маркетинговых исследований			ОК 01 - ОК 10

Лекции		8		ПК 4.1
Содержание учебного материала [указывается перечень дидактических единиц]				ПК 4.2
1	Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.		1	
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		1	
4	Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.		1	
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	
Семинарские и практические работы	Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет. Отработка навыков составления анкет	6		
Тема 1.4.				ОК 01 - ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
Составляющие комплекса маркетинга				
Лекции		6		
Содержание учебного материала [указывается перечень дидактических единиц]				
1	Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).		1	
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.		1	
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.		1	
4	Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.		1	
5	Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.		2	
Семинарские и практические работы	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	6		
Самостоятельная работа студентов	Бенчмаркинг и маркетинговые исследования	2		
Тема 1.5.				ОК 01 - ОК 11
Коммуникационная политика гостиничного предприятия				

Лекции		6		ПК 4.2
Содержание учебного материала [указывается перечень дидактических единиц]				ПК 4.3.
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).		1	
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.		1	
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.		1	
5	PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.		2	
Семинарские и практические работы	Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки. Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия. Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.	6		
Самостоятельная работа студентов	Составление схемы взаимодействия в маркетинге.	2		
Тема 1.6.	Конкурентоспособность гостиничного предприятия			ОК 01 - ОК 10 ПК 4.2
Лекции		4		
Содержание учебного материала [указывается перечень дидактических единиц]				
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.		1	
2	Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.		1	
Семинарские и практические работы	Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению	6		
Всего		72		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины предполагает наличие

3.1.1	учебного кабинета	Кабинет менеджмента и экономики организации
3.1.2	лаборатории	информатики и информационно-коммуникационных технологий;
3.1.3	зала	библиотека; читальный зал с выходом в сеть Интернет.

3.2 Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

№	Наименования объектов и средств материально-технического обеспечения	Примечания
	Оборудование учебного кабинета	
	рабочие места по количеству обучающихся – не менее 25	+
	рабочее место преподавателя	+
	доска для мела	+
	раздвижная демонстрационная система	
	Печатные пособия	
	Тематические таблицы	
	Портреты	
	Схемы по основным разделам курсов	
	Диаграммы и графики	
	Атласы	
	Цифровые образовательные ресурсы	
	<i>Цифровые компоненты учебно-методических комплексов</i>	
	<i>(заполняется при наличии в кабинете)</i>	
	Экранно-звуковые пособия	
	Видеофильмы	
	Слайды (диапозитивы) по разным разделам курса	
	Аудиозаписи и фонохрестоматии	
	<i>(заполняется при наличии в кабинете)</i>	
	Лабораторное оборудование (демонстрационное оборудование)	
	<i>(заполняется при наличии в программе лабораторных или практикумов)</i>	

3.3. ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

В целях реализации компетентностного подхода в образовательном процессе используются следующие активные и интерактивные формы проведения занятий: компьютерные симуляции, деловые и ролевые игры, анализ конкретных ситуаций, кейс метод, психологические и иные тренинги, круглый стол (групповые дискуссии и дебаты), проблемное обучение, мозговой штурм или брейнсторминг, интеллект-карты, интернет-экскурсии (интерактивная экскурсия), экскурсионный практикум, мастер-класс, знаково-контекстное

обучение, проектное обучение, олимпиада, лабораторные опыты, конференция, дистанционное обучение, работа в малых группах, социальные проекты (внеаудиторные формы - соревнования, фильмы, спектакли, выставки и др.), интерактивные лекции (применением видео- и аудиоматериалов) и др.

3.4. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБУЧЕНИЯ

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные печатные источники (2-3 издания)

№	Выходные данные печатного издания	Год издания	Гриф
1.	Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с.	2021	гриф
2.	Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 338 с.	2020	Гриф

Дополнительные печатные источники

№	Выходные данные печатного издания	Год издания	Гриф
1	Дурович, А. П. Маркетинг туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 248 с.	2020	
2			

Ресурсы Интернет

Библиотеки, каталоги ресурсов Интернет

Онлайн — энциклопедия по маркетингу и рекламе <http://powerbranding.ru/teoriya-marketinga/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Банк средств для 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, проектов, исследований.

Оценочные средства составляются преподавателем самостоятельно при ежегодном обновлении банка средств. Количество вариантов зависит от числа обучающихся.

Код компетенции	Наименование результата обучения	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	Освоенные умения		
У1	Определять потребности службы приема и размещения в материальных ресурсах и персонале и осуществлять планирование потребностей структурного подразделения гостиницы и других средств размещения	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У2	Выстраивать систему стимулирования работников службы приема и размещения	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У3	Управлять материально-производственными запасами	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У4	Применять знание особенностей продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У5	Ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У6	Рассчитывать нормативы работы горничных	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У7	Применять принципы ценообразования и подходы к ценообразованию	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У8	Применять методы максимизации доходов гостиницы	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы

			работы
У9	Анализировать результаты деятельности структурных подразделений гостиницы	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У10	Применять методы расчёта показателей эффективности работы структурных подразделений гостиницы	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У11	заполнять первичные документы, составлять график документооборота, вести учёт выручки от услуг по проживанию, отражать выручку от внебюджетных доходов	формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности;	Оценка результатов выполнения практической работы
У12	Отражать операции по бронированию номеров	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У13	Вести учёт расходов на материально-техническое обеспечение гостиниц	формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности;	Оценка результатов выполнения практической работы
У14	Разрабатывать план самообразования.	выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.	Оценка результатов выполнения практической работы
У15	Определять перечень литературных источников по экономике и бухучету гостиничного предприятия	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У16	Организовать самостоятельную работу по изучению учебников и (пособий) передового опыта	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У17	Объективно оценить результаты профессионального роста	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы
У18	Самостоятельно анализировать проблемы в финансово-экономических отношениях с коллегами и клиентами	выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.	Оценка результатов выполнения практической работы
У19	Тактично и логично аргументировать свое мнение и позицию при взаимодействии с коллегами и клиентами при решении	обобщение, систематизация, углубление, закрепление полученных теоретических знаний	Оценка результатов выполнения практической работы

	хозяйственно-экономических вопросов в профессиональной деятельности		
У20	Применять различные формы, виды устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности	выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.	Оценка результатов выполнения практической работы
У21	Применять на практике правовые и нормативные документы в контексте своих профессиональных обязанностей	выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.	Оценка результатов выполнения практической работы
У22	Использовать хозяйственно-экономические положения профессиональной документации, регламентирующей деятельность технических работников и специалистов	выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.	Оценка результатов выполнения практической работы
	Усвоенные знания		
31	Виды, формы, этапы, методы определения и планирования потребностей в материальных ресурсах и персонале деятельности структурного подразделения гостиницы и других средств размещения	углубление и расширение теоретических знаний;	Тестирование Устный опрос
32	Методы и формы оплаты труда видов	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
33	Виды и формы стимулирования труда	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
34	Тарифные планы и тарифную политику гостиничного предприятия	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
35	Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
36	Номенклатуру основных и дополнительных услуг гостиницы	формирование умений использовать справочную документацию и специальную литературу	Тестирование Устный опрос
37	Принципы планирования потребности в персонале и средствах на оплату труда	формирование умений использовать справочную документацию и специальную литературу	Тестирование Устный опрос

38	Принципы управления материально-производственными запасами	формирование умений использовать справочную документацию и специальную литературу	Тестирование Устный опрос
39	Принципы планирования потребности в персонале и средствах на оплату труд	формирование умений использовать справочную документацию и специальную литературу	Тестирование Устный опрос
310	Содержание эксплуатационной программы гостиницы и номенклатуру основных и дополнительных услуг, основные понятия: загрузка гостиницы, средняя цена	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
311	номерной фонд гостиницы	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
312	принципы ценообразования и подходы к ценообразованию	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
313	Методы управления доходами гостиницы	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
314	Методы определения эффективности работы структурных подразделений гостиницы	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	
315	основные бухгалтерские документы и требования к их составлению в контексте профессиональных обязанностей технических работников и специалистов	развитие познавательных способностей и активности обучающихся	Тестирование Устный опрос
316	виды отчетности по продажам	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
317	учет и порядок ведения кассовых операций	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
318	формы безналичных расчетов	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
319	методику экономического самообразования	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
320	Содержание и структуру плана самостоятельного изучения основ экономики и бухгалтерского учета гостиничного предприятия	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
321	Показатели	Самостоятельность	Тестирование

	профессионального и личного развития	совершенствование и самоорганизация	Устный опрос
322	Нормы и правила взаимодействия с руководством, коллегами, клиентами при решении хозяйственно-экономических вопросов	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
323	Причины конфликтных ситуаций в хозяйственно-финансовой сфере и способы их разрешения	развитие познавательных способностей и активности обучающихся	Тестирование Устный опрос
324	Специфику различных функциональных –смысловых (финансовых) особенностей устных и письменных коммуникаций в хозяйственно-финансовой сфере	самостоятельность совершенствование и самоорганизация	Тестирование Устный опрос
325	Средства для обеспечения логической связанности письменной и устной коммуникаций хозяйственно-финансового содержания	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
326	Хозяйственно-экономические основы нормативного регулирования гостиничного дела	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	Тестирование Устный опрос
327	Содержание профессиональной документации, определяющее экономику и бухгалтерский учет гостиничного предприятия	развитие познавательных способностей и активности обучающихся	Тестирование Устный опрос
328	Характеристику документального оформления договорных отношений в гостинице, место и роль в этих отношениях технических работников и специалистов	развитие познавательных способностей и активности обучающихся	Тестирование Устный опрос
	Общие компетенции		
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	самостоятельность совершенствование и самоорганизация	Итоговый контроль
ОК 2	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.	самостоятельность совершенствование и самоорганизация	
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	самостоятельность совершенствование и самоорганизация	

ОК 4	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	самостоятельность совершенствование и самоорганизация	
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	самостоятельность совершенствование и самоорганизация	
ОК 9	Использовать информационные технологии профессиональной деятельности в	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	
ОК 10	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках и	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	
ОК 11	Планировать предпринимательскую деятельность профессиональной сфере. в	использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для решения практических задач	
	Профессиональные компетенции		
ПК 4.1.	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.	самостоятельность совершенствование и самоорганизация	Итоговый контроль
ПК 4.2.	Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	самостоятельность совершенствование и самоорганизация	
ПК 4.3.	Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	самостоятельность совершенствование и самоорганизация	

4.2 Примерный перечень вопросов и заданий для проведения промежуточной аттестации

1. Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.
2. Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи.
3. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.
4. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.
5. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.
6. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия. Методы изучения
7. 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.
8. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация.
9. Оценка конъюнктуры рынка.
10. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка.
11. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.
12. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.
13. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P).
14. Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура.
15. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.
16. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии.

17. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.
18. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.
19. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.
20. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий.
21. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).
22. 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.
23. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.
24. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.
25. PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.
26. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.
27. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.
28. Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов.
29. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.
30. 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.
31. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.

32. 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. Методы изучения

33. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.