

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кузбасский государственный технический университет имени Т. Ф. Горбачева»
Институт профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Проректор-директор ИПО
Попов И.П.
«26» 04 2021г.

Рабочая программа дисциплины

Основы маркетинга гостиничных услуг

Специальность «43.02.14 Гостиничное дело»

Присваиваемая квалификация
"Специалист по гостеприимству"

Формы обучения
очная

Кемерово 2021г.



1638421939

Рабочую программу составил
Доцент кафедры ПМ _____ И.Н. Третьякова
подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании
ЦМК Гостиничного дела

Протокол № 2 от 19.04.21

Председатель ЦМК Гостиничного дела

подпись

Л.Л. Закамская

Согласовано
зам. директора по УР ИПО

подпись

Т.С. Семенова

Согласовано
зам. директора по МР ИПО

подпись

Т.Ю. Сьянова



1638421939

1. Общая характеристика рабочей программы дисциплины

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Основы маркетинга гостиничных услуг» является частью профессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело».

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Освоение дисциплины направлено на формирование:
общих компетенций:

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

Знать: структуру плана для решения задач;

порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;

Уметь: 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;

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

Знать: номенклатуру информационных источников применяемых в профессиональной деятельности;

приемы структурирования информации;

формат оформления результатов поиска информации;

Уметь: выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

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 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие

Знать: возможные траектории профессионального развития и самообразования;

Уметь: выстраивать траектории профессионального и личностного развития;

презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;

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

Знать: психологию коллектива;

психологию личности;

критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;

Уметь: организовывать работу коллектива и команды;

взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;

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

Знать: 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;

особенности социального и культурного контекста;

Уметь: писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы;

участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;

строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;

кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);

ОК 09 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности

Знать: современные средства и устройства информатизации;

порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности;

Уметь: применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение;



1638421939

ОК 10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
Знать: нормативные документы, регламентирующие работу и документооборот службы бронирования и продаж;
правила оформления документов;
содержание актуальной нормативно-правовой документации;
Уметь: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
оформлять документы;

ОК 11 Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере
Знать: виды отчетности по продажам;
методы максимизации доходов гостиницы;
кредитные банковские продукты;
способы управления доходами гостиницы;
основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов;
Уметь: планировать и прогнозировать продажи;
разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта
профессиональных компетенций:

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

Знать: рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;
виды каналов сбыта гостиничного продукта;
Уметь: составить план действия;
определить необходимые ресурсы;
владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
реализовать составленный план;
Иметь практический опыт: планирования и прогнозирования продаж;
мониторинга рынка гостиничных услуг;
определения целевого сегмента клиентской базы;
сбора и анализа информации о потребностях целевого рынка;

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

Знать: 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;

Уметь: 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;
Иметь практический опыт: определения в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
разработки мероприятия по повышению лояльности гостей;
оценки конкурентоспособности гостиничного продукта и разработки мероприятия по ее повышению;
обучения персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж;



1638421939

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

Знать: критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;

перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;

методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта;

Уметь: выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;

оформлять бизнес-план;

рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;

Иметь практический опыт: контроля за текущей деятельностью работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей;

определения эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;

разработки предложений по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся в общем по дисциплине должен

Знать:

- нормативные документы, регламентирующие работу и документооборот службы бронирования и продаж;

- правила оформления документов;

- содержание актуальной нормативно-правовой документации;

- структуру плана для решения задач;

- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;

- номенклатуру информационных источников применяемых в профессиональной деятельности;

- приемы структурирования информации;

- формат оформления результатов поиска информации;

- возможные траектории профессионального развития и самообразования;

- психологию коллектива;

- психологию личности;

- критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;

- 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;

- особенности социального и культурного контекста;

- современные средства и устройства информатизации;

- порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности;

- виды отчетности по продажам;

- методы максимизации доходов гостиницы;

- кредитные банковские продукты;

- способы управления доходами гостиницы;

- основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов;

- рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;

- виды каналов сбыта гостиничного продукта;

- 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;

- критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;

- перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;

- методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта;

Уметь:

- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;

- оформлять документы;

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;



1638421939

- 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;
- 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;
- выстраивать траектории профессионального и личностного развития;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- организовывать работу коллектива и команды;
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;
- писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы;
- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;
- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;
- кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);
- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать современное программное обеспечение;
- планировать и прогнозировать продажи;
- разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного

продукта

- составить план действия;
- определить необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- 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;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;

Иметь практический опыт:

- планирования и прогнозирования продаж;
- мониторинга рынка гостиничных услуг;
- определения целевого сегмента клиентской базы;
- сбора и анализа информации о потребностях целевого рынка;
- определения в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
- разработки мероприятия по повышению лояльности гостей;
- оценки конкурентоспособности гостиничного продукта и разработки мероприятия по ее

повышению;

- обучения персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж;
- контроля за текущей деятельностью работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей;
- определения эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;
- разработки предложений по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Объем дисциплины и виды учебной работы



1638421939

Форма обучения	Количество часов		
	ОФ	ЗФ	ОЗФ
Курс 2 / Семестр 3			
Объем дисциплины	108		
в том числе:			
<i>лекции, уроки</i>	54		
<i>лабораторные работы</i>			
<i>практические занятия</i>	26		
Консультации	6		
Самостоятельная работа	16		
Промежуточная аттестация	6		
Индивидуальное проектирование			
Форма промежуточной аттестации	экзамен		

2.2 Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов
1	2	3
Тема 1	Введение в маркетинг гостиничных услуг	16
Введение в маркетинг гостиничных услуг	1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.	2
	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.	2
	4. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	2
	в том числе, практических занятий	4
	1. Практическое занятие - «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства».	2
	2. Практическое занятие - «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды».	2
Самостоятельная работа обучающихся Решение сквозной задачи по разработке плана маркетинга конкретного хозяйствующего субъекта: Оценка текущей маркетинговой ситуации на рынке. Постановка маркетинговых целей. Организационная структура предприятия и службы маркетинга.	4	



1638421939

Тема 2 Рынок гостиничных услуг	Рынок гостиничных услуг	18
	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
	2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспектив 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
	4. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	2
	в том числе, практических занятий	4
	3. Практическое занятие - «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг».	2
	4. Практическое занятие - «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Решение сквозной задачи по разработке плана маркетинга конкретного хозяйствующего субъекта: Характеристика рынка сбыта. Конкуренция и конкурентное преимущество.	6
	Тема 3 Составляющие комплекса маркетинга	Составляющие комплекса маркетинга
1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).	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.	4	
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	
5. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.	2	
в том числе, практических занятий	4	
5. Практическое занятие - «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления».	2	
6. Практическое занятие - «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».	2	
Самостоятельная работа обучающихся Решение сквозной задачи по разработке плана маркетинга конкретного хозяйствующего субъекта: Характеристика продукции (или вида услуг). Обоснование ценовой политики. Определение целевой аудитории. Планирование сбыта продукции. Планирование рекламной кампании. Бюджет маркетинга.	6	



1638421939

Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Коммуникационная политика гостиничного предприятия	16
	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
	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
	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
	5. PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.	2
	в том числе, практических занятий	6
	7. Практическое занятие - «Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки».	2
	8. Практическое занятие - «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».	2
	9. Практическое занятие - «Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)».	2
Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований	Методологические основы маркетинговых исследований	16
	1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.	2
	2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.	2
	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
	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
	в том числе, практических занятий	4
	10. Практическое занятие - «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	2
	11. Практическое занятие - «Отработка навыков составления анкет».	2



1638421939

Тема 6	Конкурентоспособность гостиничного предприятия	8
Конкурентоспособность гостиничного предприятия	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
	2. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	2
	в том числе, практических занятий	4
	12. Практическое занятие - «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».	4
Консультации		6
Промежуточная аттестация в форме экзамена		6
Всего:		108

3 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

3.1 Специальные помещения для реализации программы

Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- кабинет «основы маркетинга», оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; компьютерные места для обучающихся; рабочее место преподавателя.
- техническими средствами обучения: компьютер; мультимедийная доска мультимедийный проектор (цифровой проектор); проекционный экран.

3.2 Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1 Основная литература

1. Основы маркетинга. практикум.: учебное пособие для СПО / Под общ. ред. Карповой С. В.. - Москва : Юрайт, 2021. - 325 с. - ISBN 978-5-9916-4971-1. - URL: <https://urait.ru/book/osnovy-marketinga-praktikum-469545> (дата обращения: 19.12.2021). - Текст : электронный.
2. Реброва, Н. П. Основы маркетинга.: учебник и практикум для СПО / Реброва Н. П.. - Москва : Юрайт, 2020. - 277 с. - ISBN 978-5-534-03462-2. - URL: <https://urait.ru/book/osnovy-marketinga-450814> (дата обращения: 19.12.2021). - Текст : электронный.

3.2.2 Дополнительная литература

1. Михалева, Е. П. Маркетинг: учебное пособие для СПО / Михалева Е. П.. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2021. - 213 с. - ISBN 978-5-534-02475-3. - URL: <https://urait.ru/book/marketing-468314> (дата обращения: 19.12.2021). - Текст : электронный.
2. Реброва, Н. П. Маркетинг.: учебник и практикум для вузов / Реброва Н. П.. - Москва : Юрайт, 2020. - 277 с. - ISBN 978-5-534-03466-0. - URL: <https://urait.ru/book/marketing-450528> (дата обращения: 21.06.2021). - Текст : электронный.
3. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг.: учебник и практикум для СПО / Кузьмина Е. Е.. - Москва : Юрайт, 2020. - 383 с. - ISBN 978-5-9916-8980-9. - URL: <https://urait.ru/book/marketing-452744> (дата обращения: 21.06.2021). - Текст : электронный.

3.2.3 Методическая литература

1. Основы маркетинга гостиничных услуг : методические материалы для обучающихся по специальности СПО 43.02.14 "Гостиничное дело", очной формы обучения / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кузбасский государственный технический университет им. Т. Ф.



1638421939

Горбачева, Кафедра производственного менеджмента ; составитель И. Н. Третьякова. – Кемерово : КузГТУ, 2019. – 49 с. – URL: <http://library.kuzstu.ru/meto.php?n=2009> (дата обращения: 21.12.2021). – Текст : электронный.

3.2.4 Интернет ресурсы

1. Официальный сайт Кузбасского государственного технического университета имени Т. Ф. Горбачева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kuzstu.ru
2. Электронные библиотечные системы:
 - Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://new.znanium.com>
 - Электронная библиотека издательства «Юрайт». [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/catalog/spo>,
3. Информационный сайт, посвященный гостиницам и гостиничным услугам. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://hotel.web-3.ru>
4. Электронная дистрибуция в гостиничном деле. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/249/>
5. Портал про гостиничный бизнес. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://prohotel.ru/>
6. «Пять звезд. Гостиничный бизнес» – ежемесячный информационно-аналитический журнал для специалистов гостиничной отрасли, [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://5stars-mag.ru>
7. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://marketing.spb.ru/>
8. Сайт гильдии маркетологов [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.marketologi.ru/>
9. On-line журнал по маркетингу [Электронный ресурс] - Режим доступа: [4p.ru: http://4p.ru/](http://4p.ru/)

4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в объеме, установленном в разделе 2 настоящей программы дисциплины (модуля).

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены специальные помещения, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КузГТУ.

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

5.1 Паспорт фонда оценочных средств

№	Наименование разделов дисциплины	Содержание (темы) раздела	Код компетенции	Знания, умения, практический опыт, необходимые для формирования соответствующей компетенции	Форма текущего контроля знаний, умений, практического опыта, необходимых для формирования соответствующей компетенции
---	----------------------------------	---------------------------	-----------------	---	---



1638421939

1	<p>Тема 1 Введение в маркетинг гостиничных услуг</p>	<p>OK01-OK05 OK 09-OK11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - номенклатуру 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; - психологию коллектива; - психологию личности; - основы проектной деятельности; - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов; - современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общепрофессиональные глаголы (бытовые 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; - порядок выстраивания презентации; - кредитные банковские продукты; - 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; - нормативные документы, регламентирующие работу и 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. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 действий; - 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); - 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 личного развития; - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами; - излагать свои мысли на государственном языке; - оформлять документы; - 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 объяснять 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; - 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; - разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта. <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования и прогнозирования продаж; - мониторинга рынка гостиничных услуг; - определения целевого сегмента клиентской базы; - сбора и анализа информации о потребностях целевого рынка; - определения в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; - разработки мероприятия по повышению лояльности гостей; - оценки конкурентоспособности гостиничного продукта и разработки мероприятия по ее повышению; - обучения персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж; - контроля за текущей деятельностью работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей; - определения эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; - разработки предложений по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта. 	<p>Устный опрос Тестирование по теме Оценка практических работ</p>
---	--	--	---	--



1638421939

2	Тема 2 Рынок гостиничных услуг	ОК 01-ОК05 ОК 09-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - номенклатуру 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; - психологию коллектива; - психологию личности; - основы проектной деятельности; - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов; - современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общепотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности; - 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 её 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; - нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и 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; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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); - 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; - излагать свои мысли на государственном языке; - оформлять документы; - 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 объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; - 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; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования и прогнозирования продаж; - мониторинга рынка гостиничных услуг; - определения целевого сегмента клиентской базы; - сбора и анализа информации о потребностях целевого рынка; - определения в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; - разработки мероприятия по повышению лояльности гостей; - оценки конкурентоспособности гостиничного продукта и разработки мероприятия по ее повышению; - обучения персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж; 	Устный опрос Постирование по теме Оценка практических работ
---	-----------------------------------	--	---	---



1638421939

3	Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга	ОК 01-K05 ОК 09-OK11 ПК 4.1 ПК 4.2	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - номенклатуру 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; - психологию коллектива; - психологию личности; - основы проектной деятельности; - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов; - современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общепотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности; - 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; - нормативные документы, регламентирующие работу и 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; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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); - 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 личного развития; - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами; - излагать свои мысли на государственном языке; - оформлять документы; - 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 объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; - 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; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования и прогнозирования продаж; - мониторинга рынка гостиничных услуг; - определения целевого сегмента клиентской базы; - сбора и анализа информации о потребностях целевого рынка; - определения в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; - разработки мероприятия по повышению лояльности гостей; - оценки конкурентоспособности гостиничного продукта и разработки мероприятия по ее повышению; - обучения персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж; 	Устный опрос Тестирование по теме Оценка практических работ
---	---	---	--	---



1638421939

4	Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия	OK 01-K05 OK 09-OK11 ПК 4.1 ПК 4.2	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - номенклатуру 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; - психологию коллектива; - психологию личности; - основы проектной деятельности; - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов; - современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общепотребительные глаголы (бытовые и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности; - 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; - нормативные документы, регламентирующие работу и 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; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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); - 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; - излагать свои мысли на государственном языке; - оформлять документы; - 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 объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; - 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; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования и прогнозирования продаж; - мониторинга рынка гостиничных услуг; - определения целевого сегмента клиентской базы; - сбора и анализа информации о потребностях целевого рынка; - определения в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; - разработки мероприятия по повышению лояльности гостей; - оценки конкурентоспособности гостиничного продукта и разработки мероприятия по ее повышению; - обучения персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж; 	Устный опрос Тестирование по теме Оценка практических работ
---	---	---	---	---



1638421939

5	Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований	ОК 01-K05 ОК 09-OK11 ПК 4.1 ПК 4.2	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - номенклатуру 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; - психологию коллектива; - психологию личности; - основы проектной деятельности; - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов; - современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общепотребительные глаголы (бытовые и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности; - 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; - нормативные документы, регламентирующие работу и 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; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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); - 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; - излагать свои мысли на государственном языке; - оформлять документы; - 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 объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; - 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; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования и прогнозирования продаж; - мониторинга рынка гостиничных услуг; - определения целевого сегмента клиентской базы; - сбора и анализа информации о потребностях целевого рынка; - определения в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; - разработки мероприятия по повышению лояльности гостей; - оценки конкурентоспособности гостиничного продукта и разработки мероприятия по ее повышению; - обучения персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж; 	Устный опрос Тестирование по теме Оценка практических работ
---	---	---	---	---



1638421939

6	Тема 6 Конкурентоспособность гостиничного предприятия	ОК 01-К05 ОК 09-ОК11 ПК 4.1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - номенклатуру 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; - психологию коллектива; - психологию личности; - основы проектной деятельности; - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов; - современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общепотребительные глаголы (бытовые и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности; - рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; - виды каналов сбыта гостиничного продукта; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять ее 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); - 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 личного развития; - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами; - излагать свои мысли на государственном языке; - оформлять документы; - 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 объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связанные сообщения на знакомые или интересные профессиональные темы; - планировать и прогнозировать продажи; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования и прогнозирования продаж; 	Устный опрос Тестирование по теме Оценка практических работ
---	--	-----------------------------------	--	---

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы

5.2.1 Оценочные средства при текущем контроле

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы вначале каждого практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по контрольным вопросам.

Примерный перечень вопросов для устного опроса обучающихся:

- 1) Понятие маркетинга, его цели и задачи.
- 2) Основные понятия маркетинга.
- 3) Эволюция концепций управления в гостиничном деле.
- 4) Основные принципы маркетинга.
- 5) Функции маркетинга.
- 6) Комплекс маркетинга предприятий индустрии гостеприимства.
- 7) Роль и место гостеприимства в сфере туристских услуг.
- 8) Сущность и специфика маркетинга в гостиничном деле.
- 9) Понятие и виды маркетинговой среды.
- 10) Основные факторы микросреды предприятия гостеприимства.
- 11) Основные факторы макросреды предприятия гостеприимства.
- 12) Источники и виды маркетинговой информации.
- 13) Основные направления маркетинговых исследований в гостиничном деле.
- 14) Этапы маркетинговых исследований.
- 15) Методика маркетинговых исследований в гостиничном деле.
- 16) Структура рынка гостиничных услуг.
- 17) Емкость и конъюнктура рынка гостиничных услуг.
- 18) Модель поведения покупателей на рынке гостиничных услуг.
- 19) Понятие потребительского поведения в гостиничном деле. Характеристики покупателей.
- 20) Процесс принятия решения о покупке гостиничной услуги.
- 21) Рыночная сегментация гостиничного рынка и ее цели.
- 22) Признаки сегментации рынка гостиничных услуг.
- 23) Выбор целевого рынка и стратегии охвата рынка.
- 24) Позиционирование на рынке услуг гостеприимства.
- 25) Маркетинговое понимание продукта в гостиничном деле.



1638421939

- 26) Жизненный цикл продукта. Характеристики этапов жизненного цикла продукта.
- 27) Формирование продуктовой стратегии предприятий гостеприимства.
- 28) Товарно-знаковая символика предприятий гостеприимства.
- 29) Цена как элемент системы маркетинга в гостиничном деле.
- 30) Процесс ценообразования в индустрии гостеприимства.
- 31) Методы ценообразования в маркетинговой деятельности предприятия гостеприимства.
- 32) Факторы, влияющие на процесс ценообразования в гостиничном деле.
- 33) Ценовые стратегии маркетинга.
- 34) Каналы распределения услуг в гостиничном деле.
- 35) Уровни каналов распределения в маркетинге.
- 36) Розничные продавцы гостиничных услуг.
- 37) Оптовые продавцы гостиничных услуг.
- 38) Типы маркетинговых систем в гостиничном деле.
- 39) Состав и процесс маркетинговых коммуникаций в гостиничном деле.
- 40) Понятие рекламы и ее виды в индустрии гостеприимства.
- 41) Система стимулирования сбыта гостиничного предприятия.
- 42) Паблик рилейшнз в гостиничном деле.
- 43) Фирменный стиль предприятий индустрии гостеприимства.
- 44) Личная продажа в маркетинге предприятия гостеприимства.
- 45) Выставочная и ярмарочная деятельность предприятия гостеприимства.
- 46) Маркетинговый контроль деятельности предприятия гостеприимства.
- 47) Служба маркетинга предприятия гостеприимства.
- 48) Организационная структура маркетинга предприятия гостеприимства.
- 49) Маркетинг международного гостеприимства.
- 50) Специфика международного маркетинга в России.

Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

Примеры тестовых заданий по теме 5 "Методологические основы маркетинговых исследований":

1. Цель маркетинговой разведывательной системы ...
 1. предоставление сведений о конкурирующей компании в данный момент времени
 2. предоставление сведений о потребителях
 3. предоставление сведений о совокупности конкурентов
 4. предоставление сведений о ситуации на рынке в данный момент времени
2. Метод формирования выборки, представляющий всем элементам совокупности равный шанс войти в выборку, называется:
 1. на основе квот
 2. формирование выборки в процессе обследования
 3. на основе суждений
 4. вероятностный
3. Процесс сбора данных, их обработка и подготовка отчета о результатах для принятия оперативных и стратегических решений в системе предпринимательства представляет собой...



1638421939

1. маркетинговые информационные системы
 2. маркетинговое исследование
 3. информационный поток
 4. кабинетные исследования
4. Продуктом функционирования маркетинговой информационной системы фирмы является ...
1. результат финансовой деятельности фирмы
 2. база данных о состоянии маркетинговой среды фирмы и отчеты о маркетинговых исследованиях
 3. банк методов и моделей фирмы
 4. совокупность источников первичной и вторичной информации
5. Первичные данные представляют ...
1. первые поступления информации о продажах
 2. появление данных о «товаре-новинке»
 3. начальные данные о товарах и услугах
 4. информацию, собранную для конкретной цели впервые
6. По временному признаку в теории маркетинга маркетинговые исследования разделяют на исследования ...
1. объемов продаж
 2. ретроспективное
 3. прогнозное
 4. вторичное
7. Отличие панельного исследования от простого заключается в том, что оно проводится ...
1. на одной и той же выборке по разным темам
 2. по одной и той же теме, на той же выборке через четко определенные периоды времени по одной и той же теме на разных выборках
 3. на разных выборках по разным темам
8. Под первичными данными следует понимать данные, которые ...
1. впервые опубликованы в средствах массовой информации
 2. вы получаете их первыми, например, из статуправления города
 3. имеются в текущей, внутренней отчетности только вашей фирмы
 4. ранее не существовали и вы их собираете впервые
9. Метод сбора «бюро вырезок по тематике заказчика» – это ...
1. контент-анализ
 2. эксперимент
 3. интервьюирование
 4. наблюдение
10. В практике маркетинга маркетинговые исследования являются инструментом, с помощью которого организация может ...
1. повысить качество решения проблем потребителя
 2. снизить неопределенность и риск деятельности
 3. максимизировать прибыль и рентабельность
 4. минимизировать затраты
11. По виду показателей, характеризующих объекты исследования, в теории маркетинга маркетинговые исследования разделяют на исследования ...
1. структуры спроса
 2. системы товародвижения
 3. конкурентов
 4. объема продаж



1638421939

Количество баллов	0-59	60-79	80-89	90-100
Шкала оценивания	неуд.	удовл.	хорошо	отлично

Пример практической работы 2 «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства» по теме 1 «Введение в маркетинг гостиничных услуг»:

Задание 1

Охарактеризуйте тенденции развития индустрии гостеприимства в настоящее время.

Задание 2

Напишите эссе на тему «Роль различных факторов в развитии индустрии гостеприимства», рассмотрите один из них более подробно.

Задание 3

На примере конкретной страны, региона, города (любой на выбор) рассмотрите динамику развития сферы гостеприимства за последние 10 лет. Используйте внешние источники информации.

Задание 4

В местах многоточий вставьте пропущенные слова.

1. Социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные лица и группы лиц удовлетворяют свои нужды и потребности посредством создания товаров и потребительских ценностей и обмена ими —...
2. Ощущаемая человеком нехватка чего-то необходимого —...
3. Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и индивидуальностью человека, — ...
4. Потребность человека, подкрепленная его покупательной способностью, —...
5. Акт получения от кого-то желаемого объекта взамен другого объекта —...
6. Совокупность имеющихся и потенциальных покупателей товара или услуги — ...
7.-анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны организации, возможности и угрозы при проведении стратегического аудита.
8. Отдельные личности и семьи, приобретающие товары и услуги для личного потребления, образуют рынок ...
9. Организации, предоставляющие обществу товары и услуги и пользующиеся его дотациями, образуют рынок ...
10. Маркетинговая ... — это совокупность действующих за пределами компании субъектов и сил, которые влияют на развитие и поддержание службами маркетинга выгодных взаимоотношений с целевыми группами.

Шкала оценивания ответов на вопросы и решения практических задач

Количество баллов	Правильность решения и ответов
90-100	Полное верное решение или имеются небольшие недочеты, в целом не влияющие на решение, такие как небольшие логические пропуски, не связанные с основной идеей решения. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения. Обучающийся полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
80-89	Решение в целом верное. В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но задача решена неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. В работе арифметическая ошибка или описка. Обучающийся дает удовлетворяющий ответ, но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
60 - 79	В логическом рассуждении и решении нет ошибок, но допущена существенная ошибка в математических расчетах. При объяснении сложного экономического явления указаны не все существенные факторы. Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки



1638421939

0-59	Имеются существенные ошибки в логическом рассуждении и в решении. Рассчитанное значение искомой величины искажает экономическое содержание ответа. Рассмотрены отдельные случаи при отсутствии решения. Отсутствует окончательный численный ответ (если он предусмотрен в задаче). Решение неверно или отсутствует. Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.
------	--

Количество баллов	0-59	60-79	80-89	90-100
Шкала оценивания	неуд.	удовл.	хорошо	отлично

5.2.2 Оценочные средства при промежуточной аттестации

Формой промежуточной аттестации является **экзамен**.

До промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, выполнившие все требования текущего контроля.

На экзамене обучающемуся необходимо ответить на два вопроса.

Перечень вопросов к экзамену:

1. Социально-экономическая сущность маркетинга.
2. Цели и функции маркетинга
3. Основные условия применения и принципы маркетинга.
4. Основные понятия маркетинга.
5. Эволюция концепции маркетинга.
6. Типы маркетинга.
7. Сущность маркетинга гостиничного предприятия.
8. Специфика маркетинга услуг
9. Технология реализации концепции маркетинга
10. Сущность, содержание, задачи и направления маркетинговых исследований.
11. Правила и этапы проведения маркетинговых исследований.
12. Система маркетинговой информации.
13. Методы сбора первичных данных.
14. Составляющие факторы внешней и внутренней маркетинговой среды.
15. Понятие и признаки сегментации рынка гостиничных услуг.
16. Выбор целевых рыночных сегментов.
17. Позиционирование гостиничного продукта.
18. Понятие и значение товарной политики.
19. Понятие о структуре и уровнях товара.
20. Концепция жизненного цикла услуг.
21. Стратегия разработки новых продуктов
22. Разработка ассортимента продуктов гостиничного предприятия.
23. Цена в комплексе маркетинга.
24. Постановка целей ценообразования.
25. Выбор метода ценообразования.
26. Управление ценами.
27. Определение и реализация ценовой стратегии
28. Функции и уровни каналов распределения товаров.
29. Маркетинговые системы распределения товаров (традиционные, вертикальные, горизонтальные).
30. Типы торговых посредников.
31. Сущность, природа и роль маркетинговых коммуникаций.
32. Разработка коммуникационной стратегии.
33. Личная продажа в комплексе маркетинговых коммуникаций
34. Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций
35. Пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций
36. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций
37. Фирменный стиль предприятия гостиничного хозяйства.



1638421939

38. Стратегическое маркетинговое планирование.
39. Ситуационный анализ
40. Планирование целей предприятия
41. Разработка альтернативных стратегий
42. Организация службы маркетинга на гостиничном предприятии.
43. Система маркетингового контроля.
44. Сущность и содержание программы маркетинга.
45. Методы формирования бюджета маркетинга
46. Структура рынка гостиничных услуг.
47. Оценка конъюнктуры и определение емкости рынка гостиничных услуг.
48. Изучение покупательского поведения.
49. Моделирование поведения потребителей. Права потребителей.
50. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга гостиничного предприятия.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» - обучающийся свободно ориентируется в представленном материале, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение;

- оценка «хорошо» - способен логично мыслить, системно выстраивает изложение материала, излагает его, не допуская существенных неточностей. Способен эффективно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Допускает единичные ошибки в решении проблем;

- оценка «удовлетворительно» - обучающийся имеет знания материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ;

- оценка «неудовлетворительно» - обучающийся не знает значительной части материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

5.2.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, практического опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Порядок организации проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлен в Положении о проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования в КузГТУ (Ип 06/-10).

Количество баллов	0-59	60-79	80-89	90-100
Шкала оценивания	неуд.	удовл.	хорошо	отлично

6. Иные сведения и (или) материалы

Образовательный процесс осуществляется с использованием как традиционных так и современных интерактивных технологий. В рамках аудиторных занятий применяются следующие интерактивные методы:

- разбор конкретных примеров;
- мультимедийная презентация.



1638421939