Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фейгельман Наталия Владимировна

Должность: Директор

Дата подписания: 24.03.2021 09:36:31 Уникальный программный ключ:

7320cc04697f2406afb213160141971ff321e42ecf58366b5e9f71236d8e4b5b **Частное образовате**льное учреждение

Частное образовательное учреждение профессионального образования Тульский техникум Экономики и управления

«ПРИНЯТА» Решением Педагогического Совета Протокол № 5 от 27.08.2020 г. «УТВЕРЖДАЮ» Директор ЧОУ ПО ТТЭУ Фейгельман Н.В. 27.08.2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 02 Основы маркетинга гостиничных услуг

по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело»

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.14 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 9 декабря 2016 г. N 1552, Примерной основной образовательной программой по специальности 43.02.14 Гостиничное дело Регистрационный номер: 43.02.14-170717, Дата регистрации в реестре: 17.07.2017.

Организация-разработчик <u>Частное образовательное учреждение профессионального</u> образования Тульский техникум Экономики и управления

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
	учебной дисциплины	
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ	10
	ДИСЦИПЛИНЫ	

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

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

Учебная дисциплина «**Основы маркетинга гостиничных услуг**» обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело».

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК: ОК 1, ОК 2, ОК 03, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК: ПК 4.1-4.3

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:
В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и

знания		
Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 4.1	планировать и прогнозировать продажи.	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта.
ПК 4.2	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.	способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного

		продукта.
ПК 4.3.	оценивать эффективность	критерии и методы оценки эффективности
	работы службы бронирования и	работы сотрудников и службы бронирования
	продаж;	и продаж;
	определять эффективность	виды отчетности по продажам.
	мероприятий по	-
	стимулированию сбыта	
	гостиничного продукта;	
	разрабатывать и предоставлять	
	предложения по повышению	
	эффективности сбыта	
	гостиничного продукта.	
OK 01	распознавать задачу и/или	актуальный профессиональный и социальный
	проблему в профессиональном	контекст, в котором приходится работать и
	и/или социальном контексте;	жить; основные источники информации и
	анализировать задачу и/или	ресурсы для решения задач и проблем в
	проблему и выделять её	профессиональном и/или социальном
	составные части; определять	контексте.
	этапы решения задачи;	алгоритмы выполнения работ в
	выявлять и эффективно искать	профессиональной и смежных областях;
	информацию, необходимую	методы работы в профессиональной и
	для решения задачи и/или	смежных сферах; структуру плана для
	проблемы;	решения задач; порядок оценки результатов
	составить план действия;	решения задач профессиональной
	определить необходимые	деятельности.
	ресурсы;	
	владеть актуальными методами	
	работы в профессиональной и	
	смежных сферах; реализовать	
	составленный план; оценивать	
	результат и последствия своих	
	действий (самостоятельно или	
010.02	с помощью наставника).	1
OK 02	определять задачи поиска	номенклатура информационных источников
	информации; определять	применяемых в профессиональной
	необходимые источники	деятельности; приемы структурирования
	информации; планировать	информации; формат оформления
	процесс поиска;	результатов поиска информации.
	структурировать получаемую	
	информацию; выделять	
	наиболее значимое в перечне информации; оценивать	
	практическую значимость	
	результатов поиска; оформлять	
	результаты поиска, оформлять результаты поиска.	
ОК 03	определять актуальность	содержание актуальной нормативно-
	нормативно-правовой	правовой документации; современная
	документации в	правовой документации, современная научная и профессиональная терминология;
	профессиональной	возможные траектории профессионального
	деятельности; выстраивать	развития и самообразования
	траектории профессионального	passitin ii canooopasobaiiin
	и личностного развития	
	пли шостного развитил	

OK 04	организовывать работу	психология коллектива; психология
OK 04	коллектива и команды;	личности; основы проектной деятельности
	взаимодействовать с	1 /
	коллегами, руководством,	
	клиентами	
OK 05	излагать свои мысли на	особенности социального и культурного
	государственном языке;	контекста; правила оформления документов.
	оформлять документы.	
OK 09	применять средства	современные средства и устройства
	информационных технологий	информатизации; порядок их применения и
	для решения	программное обеспечение в
	профессиональных задач;	профессиональной деятельности.
	использовать современное	
	программное обеспечение	
OK 10	понимать общий смысл четко	правила построения простых и сложных
	произнесенных высказываний	предложений на профессиональные темы;
	на известные темы	основные общеупотребительные глаголы
	(профессиональные и	(бытовая и профессиональная лексика);
	бытовые), понимать тексты на	лексический минимум, относящийся к
	базовые профессиональные	описанию предметов, средств и процессов
	темы; участвовать в диалогах	профессиональной деятельности;
	на знакомые общие и	особенности произношения; правила чтения
	профессиональные темы;	текстов профессиональной направленности
	строить простые высказывания о себе и о своей	
	профессиональной	
	деятельности; кратко	
	обосновывать и объяснить свои	
	действия (текущие и	
	планируемые); писать простые	
	связные сообщения на	
	знакомые или интересующие	
	профессиональные темы	
OK11	выявлять достоинства и	основы предпринимательской деятельности;
	недостатки коммерческой идеи;	основы финансовой грамотности; правила
	презентовать идеи открытия	разработки бизнес-планов; порядок
	собственного дела в	выстраивания презентации; кредитные
	профессиональной	банковские продукты
	деятельности; оформлять	
	бизнес-план; рассчитывать	
	размеры выплат по	
	процентным ставкам	
	кредитования	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов	
Объем образовательной программы учебной дисциплины	76	
в том числе:		
теоретическое обучение	26	
практические занятия (если предусмотрено)	40	
Самостоятельная работа	10	
Промежуточная аттестация	экзамен	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1	Содержание учебного материала	12	
Введение в маркетинг	1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность		OK 01-OK 05, OK 09-OK
гостиничных услуг.	маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга.		11
	Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.	2	ПК 4.1
			ПК 4.2
			ПК 4.3
	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.		
	Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.	2	OK 01-OK 05, OK 09-OK
	Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия,		ПК 4.1
	проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях		ПК 4.2
	спроса. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.		ПК 4.3
	Тематика практических занятий	8	
	1. Практическая работа – «Изучение и анализ спроса потребителей на		ПК 4.1
	услуги гостеприимства».	4	ПК 4.2
	2. Практическая работа — «Изучение зависимости объема продаж		ПК 4.1
	гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»;	4	ПК 4.2
	Самостоятельная работа обучающихся:		OK 01-OK 05, OK 09-OK
	Исследовать сущность маркетинговой деятельности конкретного гостиничного предприятия.	1	11 ПК 4.1
	Проанализировать перспективные маркетинговые тенденции развития мировой и		ПК 4.2

	российской гостиничной индустрии.		ПК 4.3
			11K 4.3
Tr. 2	Доклад (реферат) согласно тематике.	0	
Тема 2	Содержание учебного материала	8	
Рынок гостиничных	1. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием		
услуг.	гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция,		
	сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция,		
	интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный	2	
	(социально-этичный) маркетинг.	2	ОК 01-ОК 05, 3ОК 10
	Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры		ПК 4.1
	рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка.		ПК 4.2
	Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг.		
	2. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и		OK 01-OK 05, OK 10
	критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для		ПК 4.1
	предприятия гостиничного хозяйства.	2	ПК 4.2
	Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный,		
	дифференцированный, концентрированный маркетинг.		
	Тематика практических занятий	8	
	1. Практическая работа – «Определение целевого сегмента потребителей	4	ПК 4.1
	гостиничных услуг».	4	ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Рыночные концепции маркетинга и их		ПК 4.1
	применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных	4	ПК 4.2
	задач, кейсов.		
	Самостоятельная работа обучающихся:		OK 01-OK 05, OK 09-OK
	Описать и продемонстрировать качества, которыми должен обладать продавец		11
	гостиничных услуг.	2	ПК 4.1
	Разработать должностные обязанности сотрудников отдела маркетинга и продаж	<i>≟</i>	ПК 4.2
	для гостиничного предприятия.		ПК 4.3
	Доклад (реферат) согласно тематике.		
Тема 3. Составляющие	Содержание учебного материала	10	

	1 11		
комплекса маркетинга.	1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена,		
	каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).		
	Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл		
	гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного		
продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура.			OK 01-OK 05, OK 10
	Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской	2	ПК 4.1
	ценности гостиничного продукта. Цена в комплексе маркетинга	4	ПК 4.2
	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. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта)		
	гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов		
	товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы		OK 01-OK 05, OK 10
посредников. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы		2	ПК 4.2
		2	111(4.2
	формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга		
	(ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.		
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		
	Тематика практических занятий	6	
1. Практическая работа — «Определение рыночного жизненного цикла	2	ПК 4.1	
	гостиничного продукта и способов его продления.».	<u> </u>	ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Разработка практических рекомендаций по		ПК 4.2
	формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта	4	
	для различных целевых сегментов».		
	Самостоятельная работа обучающихся:		OK 01-OK 05, OK 09-OK
	1. Продемонстрировать и провести функциональный анализ организации		11
	внутреннего маркетинга на гостиничном предприятии (на примере конкретного		ПК 4.1
	гостиничного предприятия).	2	ПК 4.2
	2. Продемонстрировать и провести функциональный анализ организации	2	ПК 4.3
	внутренних продаж на гостиничном предприятии (на примере конкретного		
	гостиничного предприятия).		
	Доклад (реферат) согласно тематике.		

Тема 4	Содержание учебного материала	10	
Коммуникационная 1. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама,			
политика гостиничного стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования			
предприятия	коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика		
	основных современных средств продвижения: выставочная деятельность,		
	реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные		OK 01-OK 05, OK 09-OK
	средства, E-mail маркетинг).		11
	Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды.	2	ПК 4.2
	Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями		ПК 4.2
	гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного		11K 4.3
	предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.		
	Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на		
	эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки		
	эффективности рекламы.		
	2. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение.		OK 01-OK 05, OK 09-OK
	Оценка эффективности средств стимулирования. Организация	2	11
	стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг	4	ПК 4.2
	гостиницы.		
	3 PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий.		ОК 01-ОК 05, ОК 09-ОК
	Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие	2	11
	элементы, пути формирования.	4	ПК 4.2
	Тематика практических занятий	6	HIC 4.2
	1. Практическая работа — «Разработка рекламного обращения: слогана,	2	ПК 4.2
	логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки».		HIC 4.2
	2. Практическая работа — «Овладение методикой разработки рекламной	2	ПК 4.2
компании гостиничного предприятия».		_	
3. Практическая работа — «Формирование рекламных материалов		2	ПК 4.2
	(брошюр, каталогов, буклетов и т.д.».		
	Самостоятельная работа обучающихся:		OK 01-OK 05, OK 09-OK
	1. Разработать план рекламной деятельности для гостиничного предприятия	2	11
	(на примере конкретного гостиничного предприятия).	_	ПК 4.1
	2. Исследовать и проанализировать работу гостиничных предприятий с		ПК 4.2

	рекламными агентствами (на примере конкретного гостиничного предприятия). Доклад (реферат) согласно тематике.		ПК 4.3
Тема 5	Содержание учебного материала	12	
Методологические	1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых		ОК 01 - ОК 10
основы маркетинговых исследований.	исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования. Основные принципы организации маркетингового		ПК 4.1 ПК 4.2
	исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации. Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора	4	ОК 01-ОК 05, ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2
	информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения		ОК 01-ОК 05, ОК 10 ПК 4.2
	2. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. 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. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	2	OK 01-OK 05, OK 10
	Тематика практических занятий	8	
	1. Практическая работа — «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	4	ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Практическая работа — «Отработка навыков составления анкет».	4	ПК 4.1 ПК 4.2
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Разработать план мероприятий Public Relations для гостиничного предприятия (на примере конкретного гостиничного предприятия). 2. Провести оценку эффективности мероприятий Public Relations для гостиничного предприятия (на примере конкретного гостиничного предприятия). Доклад (реферат) согласно тематике.	2	ОК 01-ОК 05, ОК 09-ОК 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3

Тема 6	Содержание учебного материала	2	
Конкурентоспособность 1. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда,			OK 01-OK 05, OK 10
гостиничного предприятия и гостиничного предприятия и гостиничного предприятия продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг. Конкурентные стратегии гостиничного предпри Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предпри гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.		2	ПК 4.2 ОК 01-ОК 05, ОК 10 ПК 4.2
	Тематика практических занятий	4	
	1. Практическая работа — «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».	4	ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3.
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Разработать программу по определению потенциальных клиентов гостиничных предприятий среди международных путешественников (на примере конкретного гостиничного предприятия). 2. Определить и оценить ёмкость специфических сегментов рынка гостиничных услуг, обслуживание которых будет способствовать увеличению прибыли предприятий гостиничной индустрии (на примере конкретного гостиничного предприятия). Доклад (реферат) согласно тематике.	1	OK 01-OK 05, OK 09-OK 11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
Промежуточная аттестац	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1	экзамен	
Всего:		76	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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. (перечисляется основное оборудование кабинета),
- техническими средствами обучения: компьютер; мультимедийная доска мультимедийный проектор (цифровой проектор); проекционный экран.

(перечисляются технические средства необходимые для реализации программы). Лабораторий – не предусмотрено.

Технические средства обучения: видеопроекционное оборудования для презентаций, средства звуковоспроизведения, экран, компьютеры с доступом к базам данных и Интернет.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе

3.2.1. Печатные издания

- 1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг. Учебное пособие. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М., 2017.
- 2. Маркетинг. Учебник. /Под ред. В.П. Федько. 2-е изд., испр. и доп. М.: ИНФРА-М., 2014
- 3.Журнал «Маркетинг»
- 4. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

- 1. Маркетинг: учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.]; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. М.: Издательство Юрайт, 2018. 370 с. (Серия: Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-06970-9. www.biblio-online.ru
- 2. Карпова, С. В. Основы маркетинга: учебник для СПО / С. В. Карпова; под общ. ред. С.
- В. Карповой. М. : Издательство Юрайт, 2017. 408 с. (Серия : Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-04297-9. **www.biblio-online.ru**
- 3. Семенова Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Л.В. Семенова, В.С. Корнеевец, И.И. Драгилева. Электрон. текстовые данные. М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2015. 205 с. 978-5-394-02545-7. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/29260.html
- 4 Михалева, Е. П. Маркетинг: учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2018. 213 с. (Серия: Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-02475-3. www.biblio-online.r
- 5.IPRbooks -электронно-библиотечная система
- 6.https://biblio-online.ru/ электронно-библиотечная система

3.2.3. Дополнительные источники

1. Тимохина, Т. Л. Организация гостиничного дела : учебник для прикладного бакалавриата / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 331 с. — (Серия :

Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3829-6. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/7A6C3B10-B672-4BCC-86F7-EA434ADABED4.

- 2. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. 2-е изд., доп. М. : Издательство Юрайт, 2017. 185 с. (Серия : Университеты России). ISBN 978-5-534-00107-5. Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7FF838B6-FF04-4623-86D8-8591E2EDC4BD
 - 3. Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / Т. Л. Тимохина. М.: Издательство Юрайт, 2017. 336 с. (Серия: Бакалавр. Прикладной курс). ISBN 978-5-9916-3775-6. Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/EF87AFD9-EBE1-45CE-AC8D-CC90E957D038.
- 4. Жабина, С. Б. Маркетинг в организациях общественного питания : учебное пособие для СПО / С. Б. Жабина. 2-е изд., испр. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2017. 264 с. (Серия : Профессиональное образование). ISBN 978-5-534-05791-1. Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/1E38D5AB-08C4-4873-BD34-62F9B1D1BD1C.
- 5. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для академического бакалавриата / Л. В. Баумгартен. М. : Издательство Юрайт, 2017. 338 с. (Серия : Бакалавр. Академический курс). ISBN 978-5-534-00581-3. Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A5C2BCE9-AB75-44C1-B75D-59841C8FA74E.
- 6. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. 2-е изд., испр. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2017. 218 с. (Серия : Бакалавр. Академический курс). ISBN 978-5-534-04421-8. Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7A988CDD-397E-43CF-A04E-E5ACE416952D.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
В результате освоения	Полнота ответов, точность	Устный опрос,
дисциплины обучающийся	формулировок, не менее	Доклады, презентации,
должен знать:	75% правильных ответов.	проверка эссе, рефератов
актуальный профессиональный и	Не менее 75% правильных	тестирование, оценка
социальный контекст, в котором	ответов.	результатов
приходится работать и жить;	Актуальность темы,	самостоятельной работы
основные источники	адекватность результатов	
информации и ресурсы для	поставленным целям,	
решения задач и проблем в	полнота ответов, точность	
профессиональном и/или	формулировок,	
социальном контексте.	адекватность применения	
алгоритмы выполнения работ в	профессиональной	
профессиональной и смежных	терминологии	
областях; методы работы в		
профессиональной и смежных		
сферах; структуру плана для		
решения задач; порядок оценки		
результатов решения задач		
профессиональной деятельности.		
номенклатура информационных		
источников применяемых в		
профессиональной деятельности;		

приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации. содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная И профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности. особенности социального культурного контекста; правила оформления документов. современные средства устройства информатизации; порядок применения обеспечение программное профессиональной деятельности. правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся описанию К предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности. основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; разработки правила бизнеспланов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты. рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; сбыта виды каналов гостиничного продукта. способы управления доходами гостиницы: особенности спроса и предложения в гостиничном

бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов ДЛЯ персонала занятого продажами гостиничного продукта. критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам.

результате освоения дисциплины обучающийся должен *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; 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 профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального И личностного развития. организовывать работу команды; коллектива И взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами. излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы. применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное

Правильность, полнота выполнения заданий, точность формулировок, точность расчетов, соответствие требованиям Адекватность, оптимальность выбора способов действий, методов, техник, последовательностей действий и т.д. Точность опенки. самооценки выполнения Соответствие требованиям инструкций, регламентов Рациональность действий и т.д.

оценка демонстрируемых умений, выполняемых действий, защите отчетов по практическим занятиям; Оценка результатов выполнения практической работы

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 обшие И профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. выявлять достоинства недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела 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.	